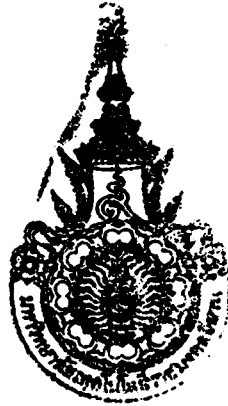


**ทัศนคติของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ
ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา**



ณัฐนพิน ศรีราชเดา

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

พ.ศ. 2553

**ATTITUDE OF THAI TOURISTS TOWARDS TRICYCLE SERVICE
IN NAKHON RATCHASIMA MUNICIPALITY**

NUTNAPIN SRILADLAO

**A INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ISAN**

2010

COPYRIGHT 2010
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ISAN

ใบรับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

ATTITUDE OF THAI TOURISTS TOWARDS TRICYCLE SERVICE IN NAKHONRATCHASIMA MUNICIPALITY

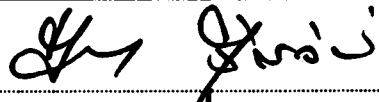
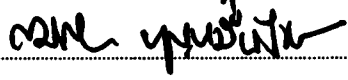
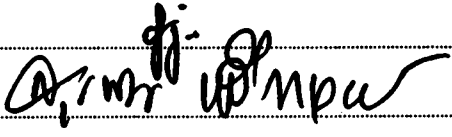
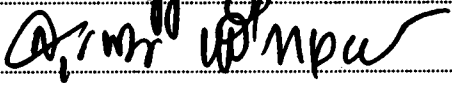
ชื่อนักศึกษา นางสาวณัฐนพิน ศรีราชเลา

รหัสประจำตัว 521532044631-2

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์สุรทิน เป็รื่องเวทย์

เห็นชอบให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบ การศึกษาค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ คุ้มสวัสดิ์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม	
รองศาสตราจารย์สุรทิน เป็รื่องเวทย์	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ วันที่ 9 เมษายน 2554 เวลา 08.30 เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องประชุมฐานานุศักดิ์ อาคาร คณะบริหารธุรกิจ

รับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ คุ้มสวัสดิ์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

วันที่ 9 เดือน พฤษภาคม พ.ศ 2554

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา
นักศึกษา	นางสาวฉันทนพิน ศรีราชเลา
รหัสนักศึกษา	521532044631-2
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2553
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุรทิน เปลื้องเวทย์

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ทำการวิจัยแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยใช้บริการสามล้อถีบ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ ด้านความสะอาดและความปลอดภัย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งส่งผลให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ , นักท่องเที่ยวชาวไทย , สามล้อถีบ

Independent Study Title Attitude of Thai Tourists towards Tricycle Service
in Nakhon Ratchasima Municipality

Student Miss. Nutnapin Sriladlao

Student ID. 521532044631-2

Degree Master of Business Administration

Program Business Administration

Academic Year 2010

Independent Study Advisor Prof. Suratin Proungvat

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the attitudes of Thai tourists towards the tricycle service in Nakhonratchasima Municipality. The data were collected by questionnaires from 400 samples of Thai tourists visiting the Nakhonratchasima Municipality. The data were analysis by means of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

The result revealed that most Thai tourists were single females, ages between 20-30 years old, with below bachelor degree, private employees, single, monthly income between 10,001-20,000 baht, and the purposes of traveling for recreation and relaxation that most tourists were ever used tricycle service.

The opinions of Thai tourists toward the hospitality and personality, the convenience and safety, the tours and tour guides were strongly agreed in rank. As a result, the attitudes of Thai tourists between males and females toward the tricycle services had different with the statistical significance at the 0.05. The attitudes of Thai tourists toward the tricycle services by occupational group had different with the statistical significance at the 0.05. Finally, the attitudes of Thai tourists toward the tricycle services by marital status had different with the statistical significance at the 0.05

Key words : Attitude , Thai tourists , Tricycle

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความเมตตา กรุณา และความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ สุรทิน เปลื้องเวทย์ ที่ปรึกษาการศึกษา ค้นคว้าอิสระ และอาจารย์ ปุริม หนูนัค อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้คำแนะนำและให้ความ ช่วยเหลือตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ ยิ่งขึ้นจนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ขอกราบ ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง ที่ช่วยอบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ นายภักทริชญ์ ประสิทธิ์ หัวหน้างานส่งเสริมการท่องเที่ยว และพนักงานในหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองวิชาการและแผนงาน เทศบาลนครนครราชสีมา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการอาชีพสามล้อถีบ และข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการ อาชีพสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการสร้าง เครื่องมือในงานวิจัยในครั้งนี้และขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ให้ความ ร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาและครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุน คอยเป็นกำลังใจและห่วงใยผู้วิจัยเสมอมา หากผลงานวิจัยนี้มีสิ่งดีงามและเป็นประโยชน์ ผู้วิจัยขอ อุทิศสิ่งดีงามและประโยชน์นี้ แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ฉันทนพิน ศรีราชา

Bib. ๑๖๙๖	เลขเรียก วพ ๖๕๘ ๓๖๑๙๗
Item 1๐๐1๐3	๕๕๓
วัน เดือน ปี พ.ย. 2556	
<input type="radio"/> ชื่อ <input checked="" type="radio"/> บริจาค	

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 นิยามคำศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่งและการให้บริการสาธารณะ	22
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
3.1 ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย	30
3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	38
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	38
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	46
4.3 การอภิปรายผลการศึกษา	52
บทที่ 5 บทสรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	53
5.1 สรุปผลการศึกษา	53
5.2 ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 แสดงข้อมูลผู้เข้ามาชมการเปิดแสดง แสง สี เสียง วีรกรรมท้าวสุรนารี ณ อาคารวีรกรรม บริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในเดือนพฤศจิกายน 2553 - กุมภาพันธ์ 2554	31
3-2 ข้อมูลผู้เข้ามาขอรับบริการจากศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ณ บริเวณลานอนุสาวรีย์ ท้าวสุรนารีในเดือนพฤศจิกายน 2553 - กุมภาพันธ์ 2554	31
3-3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	34
4-1 แสดงจำนวน และร้อยละ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4-2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ	41
4-3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย	43
4-4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	44
4-5 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง	46
4-6 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้ บริการ	47
4-7 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับกลุ่มอายุ	47
4-8 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับระดับการศึกษา	48
4-9 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับอาชีพ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับอาชีพเป็นรายคู่	49
4-11 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรส	50
4-12 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	50
4-13 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับรายได้	51
4-14 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	51

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
2-1 แสดงองค์ทัศนคติที่มี 3 องค์ประกอบ	8
2-2 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	9
2-3 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	10
2-4 แสดงระบบการให้บริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service System)	15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ เปรียบเสมือนประตูสู่ภาคอีสานและมีความเจริญมาตั้งแต่ในอดีต เป็นเมืองคั่นทางของการค้าระหว่างภาคต่างๆ ของประเทศไทย มีประชากรมากเป็นอันดับสองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร มีเส้นทางคมนาคมสะดวกมากมายหลายเส้นทาง พร้อมกับการเพิ่มจำนวนของยานพาหนะมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคลและรถรับจ้าง โดยเฉพาะในตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา มีรถรับจ้างมากมายหลายประเภทสำหรับการรองรับผู้ที่สัญจรไปมาไม่ว่าจะเป็นคนภายในพื้นที่ หรือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่จะมีพาหนะประเภทหนึ่งที่เก่าแก่อยู่จังหวัดนครราชสีมา มาช้านานและถือเป็นต้นกำเนิดของพาหนะที่ให้บริการส่งประชาชนไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือแม้แต่การใช้สำหรับขนเครื่องอุปโภค บริโภคของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณนั้นซึ่งนั่นก็คือ “รถสามล้อถีบ” เรียกได้ว่าเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในอดีต

อีกทั้งจังหวัดนครราชสีมา ยังเป็นแหล่งกำเนิดของสามล้อถีบแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อปีพ.ศ. 2476 โดย นาวาอากาศเอกเลื่อน พงษ์โสภณ อดีต ส.ส. หลายสมัย และเป็นนักประดิษฐ์ได้คิดค้นการประยุกต์รถจักรยานเข้ากับ “รถเจ๊ก” หรือ “รถลาก” แล้วดัดแปลงประดิษฐ์ให้เป็น “สามล้อ” ซึ่งทำให้รถแล่นได้รวดเร็วและปลอดภัยขึ้นกว่าเดิมหลายเท่า ต่อมาจึงกลายเป็นที่นิยมของคนทั่วไปโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครในยุคนั้น และนี่เป็นสาเหตุหนึ่งที่ชาวจังหวัดนครราชสีมา หันมาใช้รถสามล้อเพื่อประกอบอาชีพให้บริการเป็นรถรับจ้าง และมีแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน (กันตพิชญ์ ใจบุญ และ มณีรัตน์ วิริยะกุล, 2552, สิงหาคม) แต่ในปัจจุบันนี้เป็นยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีรถรับจ้างหลายประเภท เช่น รถสองแถว รถแท็กซี่ รถสามล้อเครื่อง รถจักรยานยนต์ ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกที่หลากหลาย

นั่นจึงส่งผลทำให้อาชีพสามล้อถีบในปัจจุบันประสบปัญหาหลายด้าน เช่น ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนลดน้อยลง ซึ่งส่งผลให้รายได้ลดลงไปด้วย และที่สำคัญที่สุดคือ จำนวนผู้ประกอบการอาชีพสามล้อถีบนับวันจะยิ่งลดลง และคงจะเลือนหายไปจากประเทศไทยในที่สุด (กันตพิชญ์ ใจบุญ และคณะ, 2552) ด้วยเหตุนี้ทางเทศบาลนครราชสีมา จึงร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาจัดโครงการ “มาโคราช กราบคุณย่า สามล้อพาเที่ยวชมเมือง” งานดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยรถสามล้อถีบ และเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้

ประกอบอาชีพสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ได้มีส่วนร่วมในการลดภาวะโลกร้อนช่วยกันรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมและพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ประกอบอาชีพสามล้อถีบ ให้มีเอกลักษณ์ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ถือเป็นการยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้มีมาตรฐาน และให้เป็นพาหนะในการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อันจะส่งผลให้ผู้ที่ประกอบอาชีพสามล้อถีบมีรายได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์อาชีพสามล้อถีบให้อยู่คู่กับสังคมไทยต่อไปอีกด้วย (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 2552, มีนาคม) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ได้จัดทำคู่มือ “มาโคราช กราบคุณย่า สามล้อพาเที่ยวชมเมือง” ขึ้นเพื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวพร้อมเส้นทางเดินรถสามล้อท่องเที่ยวภายในตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังมีรายชื่อร้านอาหาร ของฝาก รวมถึงที่พัก ไว้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เวลาน้อย 1-2 วัน ก็สามารถเที่ยวได้ทั่วถึง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา, 2553) ในด้านองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีภารกิจหน้าที่ในการอนุรักษ์ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงาม รวมทั้งการส่งเสริมอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิตนั้น ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอาชีพสามล้อถีบ จึงได้ทำการก่อตั้งชมรมสามล้อถีบเมืองโคราชขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 และมีสมาชิกชมรมจำนวน 111 คน เพื่อเป็นการอนุรักษ์ รักษาให้สามล้อถีบอยู่คู่จังหวัดนครราชสีมา ไม่ให้มีการสูญสลายไป เพราะสามล้อเป็นพาหนะเก่าแก่ที่ประชาชนได้ใช้ในการเดินทางสัญจรในระยะใกล้ๆ สำหรับการค้า การจับจ่ายซื้อของในตลาดสดและขนส่งกลับไปยังบ้านหรือร้านค้า (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต, 2552) โดยได้จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรม การเพิ่มความรู้ ทักษะในการให้บริการประชาชนในพื้นที่ บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเคารพสักการะและเที่ยวชมสถานที่สำคัญและโบราณสถานในเขตตัวเมืองให้ได้รับความพึงพอใจ และสามารถที่จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ เคารพกฎจราจรในการขับขี่ และสิ่งสำคัญที่มีความจำเป็นอีกอย่างหนึ่งคือ ต้องการให้ผู้ประกอบอาชีพสามล้อถีบได้รับความรู้และมีความสามารถที่จะซ่อมประกอบรถสามล้อของตนเองได้ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา, 2553) จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงปัญหาของอาชีพสามล้อถีบที่อาจจะเลือนหายไปจากจังหวัดนครราชสีมาถ้าไม่มีการส่งเสริมหรือสนับสนุนอย่างจริงจัง และได้เห็นถึงความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่ให้ความสำคัญต่ออาชีพสามล้อถีบและได้พยายามช่วยเหลือให้อาชีพนี้ยังคงอยู่ อีกทั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมให้สามล้อถีบได้เป็นส่วนหนึ่งกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา โดยให้มีบทบาทและหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองตามแนวคิดขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และให้สามล้อถีบมีภาพลักษณ์ที่ดีปรากฏต่อสายตาของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวว่าต้องการเห็นสามล้อถีบเป็นเช่นไรสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

และสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามล้อถีบ ตลอดจนเป็นข้อเสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐนำไปส่งเสริม สนับสนุน และปรับปรุงกระบวนการต่างๆ เพื่อยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้เป็นอาชีพที่ยังคงอยู่กับชาวจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

1.3 ขอบเขตการวิจัย

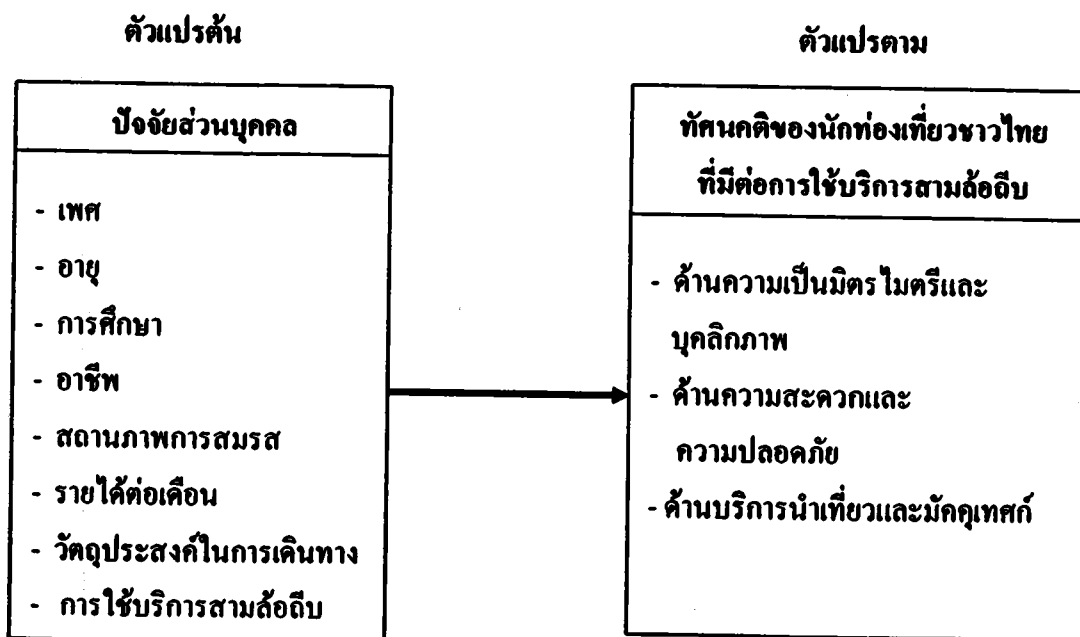
การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1 ด้านประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน โดยทำการศึกษาทัศนคติด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ ด้านความสะอาดและความปลอดภัย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

1.3.2 สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริเวณหน้าอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี, หน้าศาลหลักเมือง, วัดพาศิพ

1.3.3 ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ช่วงเวลาระหว่างเดือนธันวาคม 2553 ถึง เดือนมีนาคม 2554

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขและปรับปรุงสามล้อถีบในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.6.2 หน่วยงานต่างๆ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา เทศบาลนครนครราชสีมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมสนับสนุน และปรับปรุง เพื่อยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้อยู่คู่กับจังหวัดนครราชสีมาต่อไปได้

1.7 นิยามคำศัพท์

1.7.1 ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ในด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ ด้านความสะดวกและความปลอดภัย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

1.7.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติไทย และเป็นบุคคลที่ทำนันทนาการในประเทศไทย ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

1.7.3 สามล้อถีบ หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาจังหวัดนครราชสีมา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยหลักการจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่งและการให้บริการสาธารณะ
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1 ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Aptus แปลว่า โน้มเอียง ซึ่งนักวิชาการแต่ละท่านได้ให้ความหมายของทัศนคติ ไว้อย่างแตกต่างกันตามทรรศนะของตน ดังนี้

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545 : 138) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่บนพอสมควร

สร้อยตระกูล (คิวยานนท์) ธรรมดาณะ (2541 : 64) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ผลผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ๆ ซึ่งออกมาในทางประเมินค่าอันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น

พงศ์ ธรรมดา (2540 : 42) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ทำที่ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของคณงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหาร กลุ่มคน องค์กรหรือสภาพแวดล้อมอื่นๆ โดยการแสดงออกในลักษณะของความรู้สึกหรือทำที่ในทางยอมรับหรือปฏิเสธ

Newstrom และ Devis (อ้างถึงใน แพรภัทร ขอดแก้ว, 2552, กรกฎาคม) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตัดสินว่า พนักงานรับรู้สภาวะ

แวดล้อมของพวกเค้าอย่างไร และผูกพันกับการกระทำของพวกเค้า หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และสุดท้ายมีพฤติกรรมอย่างไร

Hornby, A S . (อ้างถึงใน แพรกัทธ ขอดแก้ว, 2552, กรกฎาคม) "Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English" ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ วิธีทางที่คุณคิดหรือรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่ง และวิธีทางที่คุณประพฤติต่อใครหรือคนใดคนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คุณคิดหรือรู้สึกอย่างไร

Gibson (อ้างถึงใน แพรกัทธ ขอดแก้ว, 2552, กรกฎาคม) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรม เป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

Schermerhorn (อ้างถึงใน แพรกัทธ ขอดแก้ว, 2552, กรกฎาคม) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ การวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็น ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ ข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์ต่าง ๆ อาจเป็นได้ทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบ ส่งผลทำให้แสดงพฤติกรรมหรือทำให้ออกมา เช่น ชอบ ไม่ชอบ ขอมรับ ปฏิเสธ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

2.1.2 ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) ทัศนคติในทางบวก คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับ ความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณาเป็นการให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2) ทัศนคติในทางลบ คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย เช่น นิคไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3) การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉยๆ คือ มีทัศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือไม่มีแนวโน้มทัศนคติอยู่เดิมหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน เช่น เรามีทัศนคติที่เป็นกลางต่อผู้ไม่ใครเวฟ เพราะเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับโทษหรือคุณของผู้ไม่ใครเวฟมาก่อน

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของทัศนคติที่สะสมไว้เป็น

ความคิดและความรู้สึก จนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา ตามทัศนคติต่อสิ่งนั้น

2.1.3 การก่อตัวของทัศนคติ

การเกิดทัศนคติแต่ละประเภทนั้น จะก่อตัวขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไปได้เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน ซึ่งในความเป็นจริง ปัจจัยต่างๆ ของการก่อตัวของทัศนคติไม่ได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใด ปัจจัยใดมีความสำคัญมากกว่าขึ้นอยู่กับ การอ้างอิงเพื่อก่อตัวเป็นทัศนคตินั้น บุคคลดังกล่าวได้เกี่ยวข้องกับสิ่งของ หรือแนวความคิดที่มีลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร ซึ่ง Newsom และ Carrell ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติและอธิบายว่า การเกิดทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่

1) พื้นฐานของแต่ละบุคคลหรือเบื้องหลังทางประวัติศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางด้านชีวประวัติของแต่ละคน ได้แก่ สถานที่เกิด สถานที่เจริญเติบโต สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ผ่านมาจะเป็นตัวหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคล และเป็นปัจจัยนำไปสู่การเกิด ทัศนคติของคนนั้น ๆ

2) สิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกันและกัน เช่น การเปิดรับข่าวสาร กลุ่ม และบรรทัดฐานของกลุ่ม สภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับบุคคล และประสบการณ์

3) กระบวนการสร้างบุคลิกภาพ (Personality Process) และสิ่งที่เกิดขึ้นมาก่อน (Predispositions) เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล

2.1.4 ลักษณะของทัศนคติ

เนื่องจากว่านักจิตวิทยาได้ศึกษาในความหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรกล่าวถึงลักษณะรวม ๆ ของทัศนคติที่ทำให้เกิดความเข้าใจทัศนคติให้ดีขึ้น (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545 : 138) ซึ่งลักษณะของทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

- 1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
- 2) ทัศนคติดีมีลักษณะที่คงทนถาวรยาวนานพอสมควร
- 3) ทัศนคติดีมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว คือ บอกลักษณะดี-ไม่ดี

ชอบ - ไม่ชอบ เป็นต้น

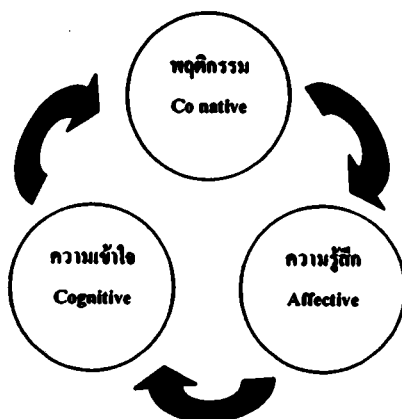
4) ทัศนคติทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติ

5) ทัศนคติบอถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของและบุคคลกับสถานการณ์ นั่นคือ ทัศนคติดีย่อมมีที่หมายนั่นเอง

2.1.5 องค์ประกอบของทัศนคติ

จากการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ พบว่า มีผู้เสนอความคิดไว้ 3 แบบ คือ ทัศนคติแบบ 3 องค์ประกอบ ทัศนคติแบบ 2 องค์ประกอบ และ ทัศนคติแบบ 1 องค์ประกอบ (อรวรรณ ปิลาธนโอบาท, 2537 : 23) ดังนี้

1) ทักษะคติมี 3 องค์ประกอบ แนวคิดนี้จะระบุว่า ทักษะคติมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่
 1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) ประกอบด้วยความเชื่อ ความรู้ ความคิดและ
 ความคิดเห็น 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึงความรู้สึกชอบ -
 ไม่ชอบ หรือทำทางที่ดี-ไม่ดี 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง
 แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติทั้ง 3 สิ่งนี้มีความแตกต่างกันแต่มีความสัมพันธ์กันโดย
 ระยะเวลาเดียวกันภาพประกอบ



ภาพที่ 2-1 แสดงองค์ทัศนคติที่มี 3 องค์ประกอบ

ที่มา: <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/attitude.html>

2) ทักษะคติมี 2 องค์ประกอบ แนวคิดนี้จะระบุว่า ทักษะคติมี 2 องค์ประกอบ ได้แก่
 1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective
 Component)

3) ทักษะคติมีองค์ประกอบเดียว แนวคิดนี้จะระบุว่า ทักษะคติมีองค์ประกอบเดียว คือ
 อารมณ์ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

Gibson (อ้างถึงใน แพรกัทธ ยอดแก้ว, 2552, กรกฎาคม) กล่าวว่า ทักษะคติ เป็นส่วนที่ยึด
 ติดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคลเรา ซึ่งบุคคลเราจะมีทักษะคติที่เป็นโครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้าน
 ความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกัน และกันซึ่ง
 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบ
 หนึ่ง ซึ่งทักษะคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

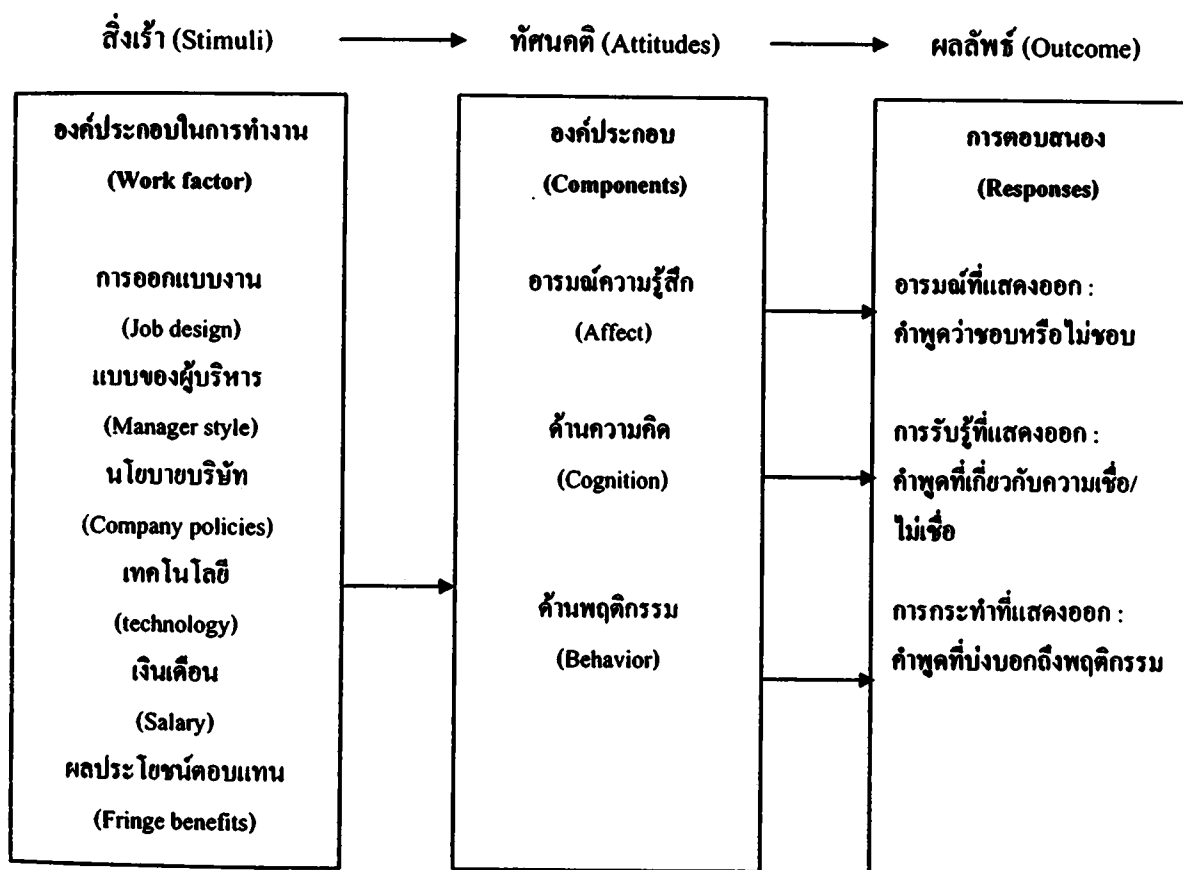
ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทักษะคติ คือ การได้รับ
 การถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครู หรือกลุ่มของเพื่อนๆ

ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทักษะคติจะ
 ประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล หมายถึง กระบวนการคิด

ซึ่งเน้นไปที่การใช้เหตุผล และตรรกะ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ ความเข้าใจ คือ ความเชื่อในการประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูกต้องประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของ หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะหมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจของคนที่จะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำ (ประพฤติ) บางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร ให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู เป็นต้น โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัด หรือประเมินออกมาได้

จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของทัศนคติ ดังภาพประกอบ

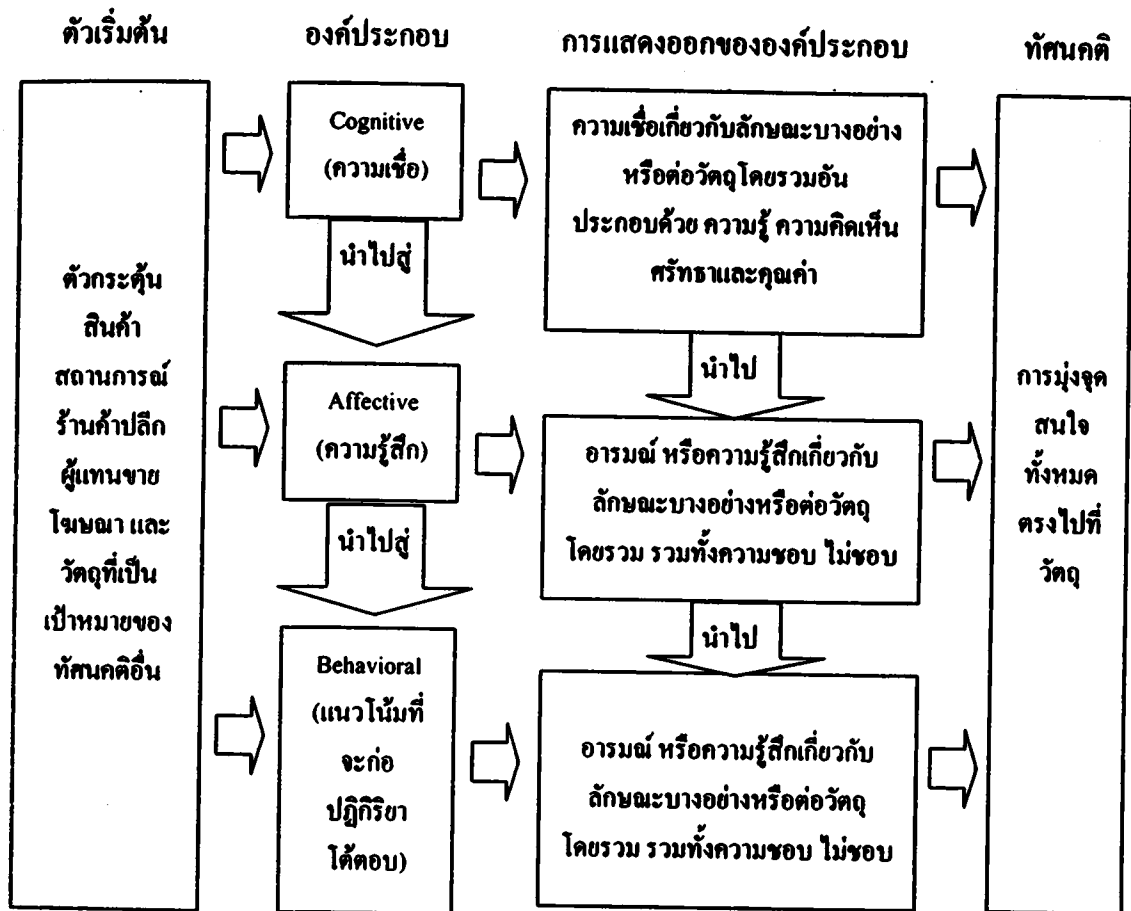


ภาพที่ 2-2 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา : Gibson, et.al., 1997 : 103 (อ้างอิงใน ปัญญา เศรษฐกิจ และ สุทธิณี เศรษฐกร, 2550)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณา จาตุรงค์กุล, (2550 : 219) กล่าวว่า ทัศนคตินี้องค์ประกอบต่าง ๆ อยู่ 3 ส่วน ส่วนแรกเรียกว่า Cognitive เป็นทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและการนึกเห็นภาพพจน์หรือการรับรู้ ส่วนที่สองเรียกว่า Affective เป็นส่วนของการชอบและไม่ชอบ ส่วนที่สาม

เรียกว่า Behavioral เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะมีการปฏิบัติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีทัศนคติเกี่ยวข้องในสิ่งนั้น ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 2-3 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา : อุดุทธ์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล, (2550 : 220)

ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ จึงเป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัย โดยสรุปเนื้อหาภายในกล่าวว่ ทัศนคติเป็นตัวแทนที่แสดงถึงการประเมินผลของบุคคล โดยการบ่งบอกถึงความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ ทัศนคติสามารถแสดงออกในทางบวก ทางลบ และกลาง ๆ เช่น การเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ หรือไม่ชอบ และนี่เองไม่มีความรู้สึก ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงเล็งเห็นความสำคัญของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ โดยการใช้ประโยชน์จากทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้สามล้อถีบมีบทบาทในการบริการนักท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครราชสีมาต่อไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

กล่าวถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และหากสามารถพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนได้ยิ่งเป็นสิ่งที่นับวันยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น และยังมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการท่องเที่ยวอีกหลายหน่วยงาน เพราะทุกฝ่ายต่างเห็นถึงความสำคัญของประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ โบราณสถาน หรือ โบราณวัตถุ

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมายหลายท่าน ดังต่อไปนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (2524) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นที่เป็นจุดหมายปลายทางซึ่งไม่ใช่ที่อยู่ประจำหรือที่ทำงานโดยสมัครใจไม่เป็นการไปเพื่อหารายได้ เป็นเวลาชั่วคราว

ประเสริฐ วิทยารัฐ (อ้างถึงใน ประภาพร พนมไพร และคณะ, 2550 : 20) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยพิจารณาว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น คือผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเองแทนที่สินค้าจะไปหาผู้ซื้อ สำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปก็คือ ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ประเทืองปัญญา พักผ่อน สนุกสนาน ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่นเพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

สรุเชษฐ ษุชรูมาส (อ้างถึงใน ประภาพร พนมไพร และคณะ, 2550 : 20) กล่าวว่า การท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัย/ภูมิลำเนา ไปยังสถานที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่านไปหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เข้าไปหรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเอง

จึงสรุปความหมายของการท่องเที่ยว ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของแต่ละบุคคล หรือ หมู่คณะ จากที่อาศัยปกติในภูมิลำเนาเดิม เข้ามาในเขตเทศบาลนครนครรราชสีมาเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพและการเดินทางนั้นก่อให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญหลายประการ เช่น

- 1) ความสำคัญทางด้านสังคม ได้แก่

(1) การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนในสังคมของแหล่งท่องเที่ยวมีอาชีพมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

(2) คนในสังคมมีสุนทรียภาพของชีวิตที่ดีขึ้น

(3) มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านสาธารณูปโภคในชุมชนหรือสังคมดีขึ้น

(4) มีการพัฒนาระบบความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีในพื้นที่ทางการท่องเที่ยว

(5) ทำให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชนหรือสังคม

.....2) ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

(1) มีการใช้จ่ายเงินในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ

(2) ทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น ชุมชน และประเทศชาติ

(3) ทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก

3) ความสำคัญทางด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

(1) ทำให้เกิดการตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

(2) ทำให้มีกระบวนการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 : 31) อธิบายถึง ความสำคัญในภาพรวมแบ่งได้ เป็น 3 ด้านดังนี้
ด้านการพัฒนา (Development) เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในที่ต่างๆ การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงที่นั่นๆ ด้วย อาทิ เช่น การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ อีกมากมาย

ด้านเศรษฐกิจ (Economic) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินหมุนเวียนภายในประเทศหรือในเขตภูมิภาคเพิ่มมากขึ้นรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

ด้านสังคม (Social) การท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้ผู้อยู่ถิ่นที่มีความสุขโดยทั่วกัน

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน ของจังหวัด รวมถึงของชาติ

การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของจังหวัด และอาจดึงไปต่างประเทศให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในยุคโลกาภิวัตน์ได้เป็นอย่างดี จะเห็นได้ว่าจังหวัดต่างๆ หรือในระดับประเทศ จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาชาติบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง

2.2.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเมื่อปี.ศ. 1968 การประชุมที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ไว้ดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2543)

Travellers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว (tourists) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (immigrants) ผู้เร่ร่อน (nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ (Diplomats, Representatives of Consulates, Members of Armed Force) และผู้ลี้ภัย (refugees)

Visitors หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

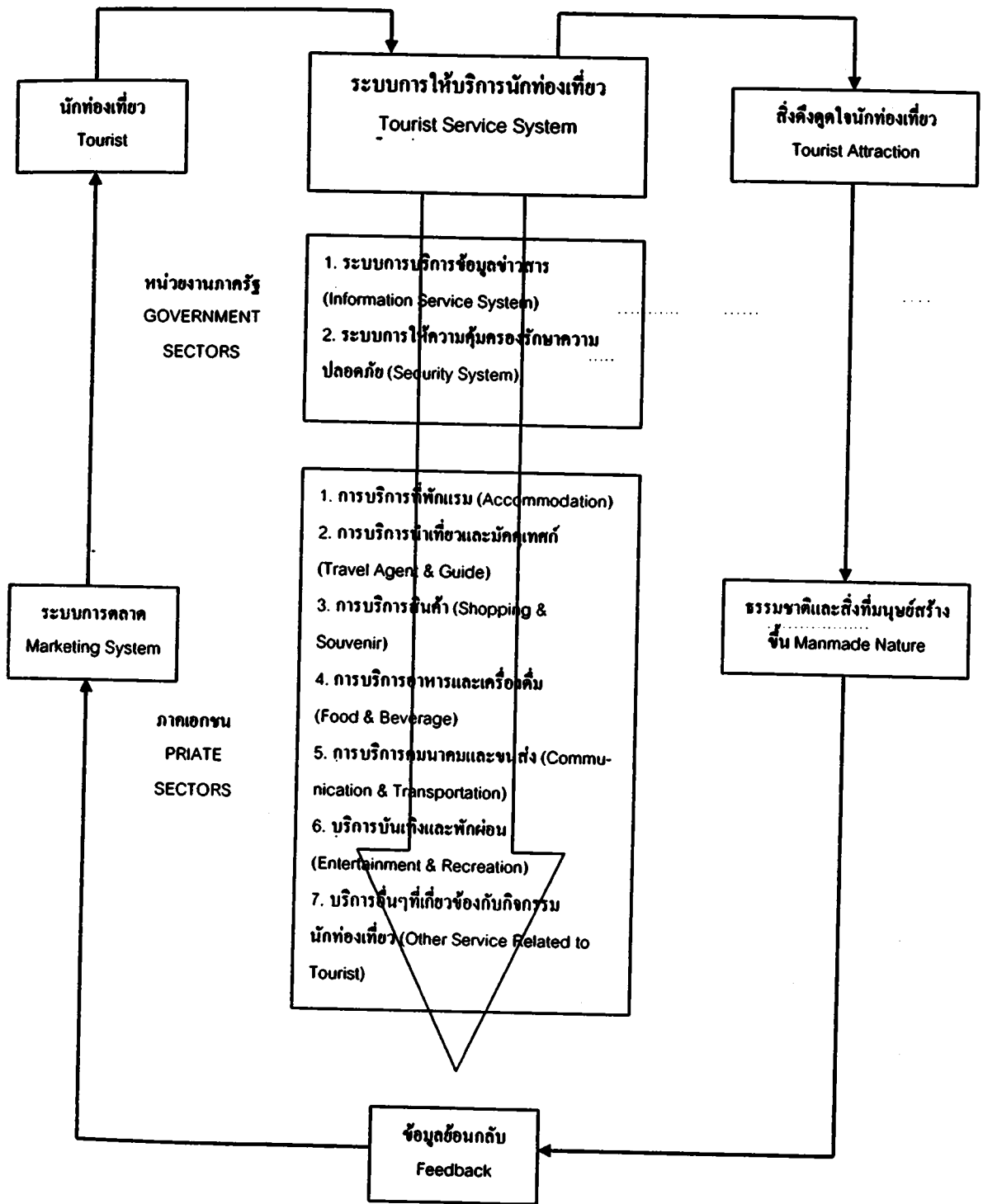
Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือน ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ (local accommodation)

Excursionists หมายถึง นักทัศนจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

2.2.4 ระบบการให้บริการนักท่องเที่ยว

คีย์ ชุมสาย และฉุบพัน พรหมโยธี, (2527 : 25) อธิบายว่า ก่อนที่จะนำการท่องเที่ยวเข้ามาในท้องถิ่นใดจะต้องมีการเตรียมการเพื่อรับสภาพที่จะเกิดขึ้นให้พร้อมเสียก่อน ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในด้านอาหาร การเดินทาง และนอกจากนี้ที่สำคัญ คือ จะต้องมีการเตรียมคน ให้พร้อมเสียก่อน โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์แนวคิดที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวก็คือ การประชาสัมพันธ์จะต้องมาก่อนการปฏิบัติอื่นๆ ทั้งนี้ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการสอดแทรกความรู้ ความเข้าใจ และจินตภาพทางการท่องเที่ยวเข้าไปในจิตใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นบุคคลกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นนักท่องเที่ยว บุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก่อให้เกิดเขามีจินตภาพที่ถูกต้อง เชื่อประโยชน์แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปรีชา แคนโรจน์ (2544 : 34 - 25) ได้อธิบายว่า ระบบการให้บริการนักท่องเที่ยวจะเข้ามาทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยง อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนา ความปรารถนาหรือความต้องการทางการท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นเชิญชวนด้วยขบวนการในระบบการตลาด จนทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและผลของการที่ได้ใช้บริการการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในระบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ระบบการบริการข้อมูลข่าวสาร ระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย การบริการที่พักแรม การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการสินค้า การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการคมนาคมและขนส่ง การบริการบันเทิงและพักผ่อน รวมถึงการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการท่องเที่ยว และประกอบกับการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจได้ความประทับใจ หวังพอใจมากน้อยอย่างไร ซึ่งจะตรวจสอบได้จากข้อมูลย้อนกลับ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวช่วยขยายผลชักชวนให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ผลประโยชน์จะเกิดขึ้นตามมาในด้านต่างๆ ทั้งด้านการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม อธิบายตามภาพประกอบ



ภาพที่ 2-4 แสดงระบบการให้บริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service System)
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542)

2.2.5 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกได้ดังนี้

- 1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสันตนาการและการพักผ่อน เช่น การไปพักผ่อนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ ชายทะเล ภูเขา น้ำตก ฯลฯ
- 2) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนา
- 3) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ หรือเยี่ยมเพื่อน
- 4) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อติดต่อทางธุรกิจ ประชุมสัมมนา
- 5) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาต่อ
- 6) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการแข่งขันกีฬา
- 7) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ

2.2.6 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความคาดหวัง 6 ประการ หรือเรียกว่า 6 เอส (6 S) โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม (อรวรรณ พันธเนตร. 2544 : 7) ดังนี้

- 1) ความคาดหวังดั้งเดิม เป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทยสมัยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระยะแรก ประกอบด้วย

Sun การเดินทางมาโดยมีความคาดหวังเพื่อมาอาบแดด

Sand การเดินทางมาโดยมีความคาดหวังเพื่อเที่ยวชายหาดทรายที่ขาวสะอาดสวยงาม

Sea การเดินทางมาโดยมีความคาดหวังเพื่อท่องเที่ยวสัมผัสน้ำทะเลสีคราม

- 2) ความคาดหวังปัจจุบัน เป็นความคาดหวังที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการประสบปัญหาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

Security & Safety ความคาดหวังในความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

Service & Sanitary ความคาดหวังในด้านสุขอนามัย ความสะอาด การบริการ

Satisfaction ความคาดหวังในความพึงพอใจต่อการบริการทุกอย่างในประเทศไทย

จากความคาดหวังดังกล่าว เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จะต้องพยายามตอบสนองให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2.2.7 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

วรรณ วรณานิช (2539 : 19) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพราะจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) ลักษณะของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ หรือสัญชาติ

(2) การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคใดบ้าง มีจำนวนมากน้อยเพียงใด

(3) กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

(4) ฤดูกาลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในฤดูใดมาก ฤดูใดน้อย

(5) ทักษะคิของนักท่องเที่ยวมั้ทักษะคิต่อสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร



2) สินค้าทางการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสถานที่รวบรวมสินค้าและบริการหลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทริพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี และอรรถาัยไมตรี ดังนั้นสินค้าทางการท่องเที่ยว จะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ เพราะเป็นสิ่งที่มีความค่าด้านต่าง ๆ หลายอย่างที่ทำให้ความรู้ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

(1) คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์สถาบันทางการเมือง สถาบันการศึกษา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ

(2) วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในสถานที่นั้น ๆ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะการละเล่นพื้นเมือง และหัตถกรรมต่าง ๆ

(3) ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่าง ๆ เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทะเล ป่าไม้ สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ

(4) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เช่น การแข่งขันกีฬา การแสดงต่าง ๆ สวนสนุก สวนสัตว์ชีวิตยามราตรี

(5) ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศเย็นสบาย ไม้ร้อนจัด ไม้หนาวจัด

3) การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ดังนี้

(1) รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งเป็นไปตามต้องการของนักท่องเที่ยว

(2) การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางที่สะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว และมีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด

(3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยวที่มีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะตลอดจนความสะดวกและความปลอดภัย

(4) บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง หรือบริการเดินทาง ระหว่างทาง และปลายทาง

(5) ปัญหาการจราจร เป็นปัญหาที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร คั้งนั้น คู่แข่งชั้นจึงใช้ปัญหาการจราจรเป็นเครื่องชี้ให้เป็นข้อเสียของการท่องเที่ยวในกรุงเทพ

4) ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่

(1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว ในรายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ หรือฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละภาค เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แข่งเรือ เป็นต้น

(2) การส่งเสริมให้ความรู้ใหม่ ๆ โดยเผยแพร่เอกสารนำเที่ยวแก่ชุมชน

(3) อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นการให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจในอาชีพการจ้ดนำเที่ยว และเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

(4) รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

(5) จัดทำแผนที่เส้นทาง และแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อเป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

(6) ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮ้าส์ รีสอร์ท สถานที่พักจะต้องสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย ราคาเหมาะสมกับที่พักแต่ละประเภท

(7) อาหารและเครื่องดื่ม คำนึงถึงคุณภาพ สะอาดถูกหลักอนามัย มีคุณค่าทางโภชนาการ มีประโยชน์ต่อร่างกาย ราคาไม่แพง ควรจะประกอบด้วยร้านอาหารประเภทต่างๆ หลายประเภทเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

(8) ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีคุณค่าทางวัฒนธรรมควรแก่การเก็บรักษามีความสวยงาม และราคาไม่แพง รวมถึงการบริการบรรจุหีบห่อด้วย

(9) บริการสถานที่จอดรถ ควรมีขนาดกว้าง เข้าออกสะดวก และปลอดภัย

(10) บริการสถานที่ และอุปกรณ์ออกกำลังกาย ควรมีทุกรูปแบบให้เหมาะสมกับ

5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง

- (1) การแนะนำจากเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน
- (2) การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกัน และระมัดระวังคนเพื่อมิให้ได้รับ

อันตรายในด้านต่าง ๆ

- (3) กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

(4) ขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

- (5) จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือ และให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

2.2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น เจ้าของท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่จะมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนเพราะนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นหรือต่างประเทศเปรียบเสมือนแขกผู้มาเยือน เจ้าของท้องถิ่นเปรียบเสมือนเจ้าของบ้าน ดังนั้น หากเจ้าของบ้านให้การต้อนรับที่ดี ก็ย่อมสร้างความสุขความประทับใจให้แก่แขกผู้มาเยือนเมื่อกลับไปก็จะกล่าวขวัญถึง และอาจเดินทางกลับมาเยือนใหม่อีกครั้ง หรือเชิญชวนให้ญาติมิตรมาเยือนต่อ ๆ ไปอย่างกว้างขวาง เจ้าของบ้านที่ดีจึงควรมีบทบาทในการต้อนรับนักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545 : 11)

1) ความเป็นมิตรไมตรี

สิ่งสำคัญที่สุดประการหนึ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็คือความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของถิ่นหรือเจ้าของบ้าน การแสดงออกถึงความเป็นมิตรไมตรีระหว่างเจ้าของบ้าน และนักท่องเที่ยวอาจกระทำหรือแสดงออกได้หลายประการ อาทิ การทักทายพูดคุยด้วยหรือเพียงแต่รอยยิ้มที่ส่งให้กับนักท่องเที่ยวต่างถิ่นก็กลายเป็นคำชมเชยเลื่องลือไปไกล นอกจากนี้เจ้าบ้านก็ควรแสดงความโอบอ้อมอารีโดยให้บริการเล็ก ๆ น้อย ๆ แก่นักท่องเที่ยวตามสมควร เช่น ให้น้ำดื่ม ให้นั่งพัก ให้อาศัยห้องสุขา อนุญาตให้ถ่ายรูปหรือร่วมถ่ายรูปด้วยตามคำร้องขอของนักท่องเที่ยว และหากกำลังมีกิจกรรมงานบุญประเพณีอยู่ก็อาจเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าร่วมด้วย เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545 : 19)

2) การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

เจ้าของบ้านที่ดีต้องให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวเป็นแขกผู้

มาเยือนจากต่างถิ่นหรือต่างชาติต่างภาษาอาจไม่คุ้นเคยต่อสภาพทั่วไปของท้องถิ่นหากประสบปัญหา หรือมีข้อเค็ดร่อนประการใดเจ้าของบ้านควรให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลไปตามกำลังความสามารถที่มีอยู่ อาทิ ให้ข้อมูลหรือตอบข้อซักถามที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ชี้แนะหรือนำทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ให้คำแนะนำหรือคำเตือนแก่นักท่องเที่ยวหากบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นอาจมีข้อพิงระมัดระวังจากอันตรายบางประการ และให้ความช่วยเหลือเมื่อพบว่านักท่องเที่ยวประสบปัญหาความเค็ดร่อน เช่น ประสบอุบัติเหตุ ประสบภัยจากโจรผู้ร้าย หรือแจ้งให้เจ้าหน้าที่บ้านเมืองทราบและให้ความช่วยเหลือในทันที การกระทำเหล่านี้นอกจากจะเป็นการแสดงน้ำใจให้ความช่วยเหลือแก่แขกต่างถิ่นแล้วยังเป็นการช่วยกันรักษาความปลอดภัยในท้องถิ่นของคนด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545 : 12)

3) การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การปรับปรุงแก้ไขและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีความงดงามและมีคุณค่าเป็นทรัพยากรของชาติสืบไป พร้อมทั้งใช้ป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือนในท้องถิ่นของตน การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทุกคนสามารถร่วมแรงร่วมใจกระทำได้โดยไมยาก เช่น ช่วยกันรักษาสภาพธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมและประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น อาจทำการฟื้นฟูการผลิตขึ้นมาเป็นสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น พัฒนาดนหนทาง ทำป้ายชี้ทาง ทำที่จอดรถ และห้องสุขา เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545 : 12)

2.2.9 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี ทิมลสมพงศ์ (2546 : 15) อธิบายว่า ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด องค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

1) ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนาจร ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทัศนคติ

Bib..... 72.12	เลขทะเบียน
Item..... 100103	7พ
วัน เดือน ปี..... พ.ย. 2556	858
ชื่อ.....	06/29/7
บริจาค.....	21
	2553

ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นนอกระยะที่เห็นเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) ความต้องการปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

(2) ความต้องการที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวแต่ขาดองค์ประกอบ เช่น เงิน และเวลา

(3) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ความต้องการเหล่านี้อาจถูกชักจูงให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้

2) ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว การคมนาคมขนส่ง สินค้าที่ระลึก การขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

(1) ขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว

(2) ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

(3) ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย

3) สินค้าและบริการ สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) สินค้าและบริการที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ฯลฯ

(2) สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่

สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ สถานที่สำคัญทางศาสนา พิพิธภัณฑ์
โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม เช่น หัตถกรรม เทศกาล ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร ฯลฯ

สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบินและการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องมือ การจ้ดนำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

4) มัคคุเทศก์และการต้อนรับนักท่องเที่ยว

มัคคุเทศก์ในปัจจุบันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้นำเที่ยวและผู้อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวด้านการพักแรม อาหาร และการเดินทาง โดยมีมัคคุเทศก์จะช่วยนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- (1) ท่องเที่ยวได้ทั่วถึงมากกว่า ไม่ละเลยสิ่งที่สำคัญ ๆ
- (2) เข้าใจเรื่องราว ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ และพงศาวดารได้ถูกต้องมากกว่า
- (3) กำหนดระยะเวลาที่จะใช้ในการท่องเที่ยวได้แน่นอนกว่า
- (4) ได้รับความสะดวกสบายและท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัยมากกว่า
- (5) ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวมากกว่า
- (6) ประหยัดประมาณการท่องเที่ยวได้มากกว่า
- (7) ไม่ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น การสื่อสารทำความเข้าใจ การติดต่อเพื่อเข้าชม

สถานที่ต่าง ๆ และการเลือกใช้ยานพาหนะ

จากแนวคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ, ผู้ขายหรือผู้ประกอบการการท่องเที่ยว, สินค้าและบริการทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติรวมถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเราอาจคาดการณ์ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องของมรดกเทศก์ และการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมเพื่ออำนวยความสะดวก การสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่งและการให้บริการสาธารณะ

Vukan R. Vuchic 1981 (อ้างถึงใน นิภา ศรีศิลป์นันท์, 2549 : 8) ได้เขียนไว้ในหนังสือชื่อ "Urban Public Transportation System and Technology" ให้ความหมายสำคัญกับการกำหนดนโยบายการวางแผน และการวิเคราะห์รูปแบบการขนส่งในเมือง สรุปเนื้อหาได้ว่า

ทฤษฎีรูปแบบการขนส่งผู้โดยสารในเมือง การขนส่งผู้โดยสารในเมืองมีลักษณะหลากหลายไม่ว่าจะเป็นลักษณะด้านเทคนิค การใช้งาน หรือด้านเศรษฐกิจ ทำให้การวิเคราะห์เป็นงานที่ซับซ้อนความแตกต่างในปัจจัยด้านการจัดการอย่างมาก ระหว่างการขนส่งส่วนบุคคลและการขนส่งสาธารณะ เช่น ความเป็นเจ้าของยานพาหนะ วิธีการคิดค่าใช้จ่ายของพาหนะเฉพาะชนิด ผลกระทบของผู้ที่ไม่ได้ใช้รถและต่อเมืองต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้ความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบและวิธีการทั้งหลายซับซ้อนยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการกำหนดนโยบาย การวางแผนการขนส่งในเมืองต้องมีความเข้าใจอย่างละเอียดลึกซึ้งในเรื่องลักษณะ และรูปแบบที่แตกต่างกันลักษณะของบริการขนส่งโดยสารในเขตเมืองโดยหลักการที่สำคัญ ต้องคำนึงถึงความดีของบริการ ความรวดเร็ว ความรับผิดชอบ ความปลอดภัย ความจุของเส้นทาง ความสามารถในการผลิต ระดับของการบริการ คุณภาพของบริการ ราคา

ค่าบริการ ผลกระทบระยะสั้นเกี่ยวกับมลภาวะของอากาศ เสียง ผลกระทบระยะยาวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ดิน เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมของเมือง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงต้นทุนด้วย

การขนส่งตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ.2497 หมายความว่า “การลำเลียงหรือเคลื่อนย้ายบุคคลหรือของด้วยอุปกรณ์การขนส่ง”

ประเภทของการขนส่ง แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท คือ

การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางถนน

..... การขนส่งทางรถไฟ

..... การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางท่อ

ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะการขนส่งทางถนน คือการขนส่งนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ในเขตตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา โดยการใช้บริการของสามล้อถีบ

การบริการตามแนวทางของอุดมคติ (Ideal Services) หมายถึงความต้องการในด้านการบริการขนส่ง ย่อมจะมีความแตกต่างออกไปตามฐานะทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล และชุมชน

2.3.1 กำหนดเป้าหมายบริการตามแนวทางของอุดมคติได้ดังนี้

1) ผู้รับบริการ (Users)

(1.1) การหาได้ง่าย (Availability)

(1.2) การตรงต่อเวลา (Punctuality)

(1.3) การกำหนดความเร็ว (Speed Time)

(1.4) ต้นทุน (Cost)

(1.5) ความสบาย (Comfort)

(1.6) ความสะดวก (Convenience)

(1.7) ความปลอดภัย (Safety)

2) ผู้ประกอบการ (Operators)

(2.1) ขอบเขตของการบริการ (Area Coverage)

(2.2) ความถี่ (Frequency)

(2.3) ความเร็ว (Speed)

(2.4) พิกัด (Capacity)

(2.5) ความปลอดภัย (Safety)

(2.6) ด้านภาพพจน์ (System Image)

(2.7) ผลในทางอ้อม (Side Effect)

2.3.2 ลักษณะสำคัญของการบริการ

แนวความคิดด้านการบริการ เป็นอีกแนวความคิดหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เนื่องจากภาคการบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าภาคการจำหน่ายสินค้า จึงมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการบริการมากมายแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 334) ได้ให้ความหมายของ บริการ (Service) ว่าเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

สมิต ศัชฎกร (2543 : 13) กล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับการช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

สมาคมการตลาดอเมริกัน (อ้างในสุมนา อยู่โพธิ์, 2536 : 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

สรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการต่าง ๆ ที่นำเสนอหรือให้ความช่วยเหลือกับบุคคลอื่น ซึ่งการกระทำดังกล่าวอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือเป็นการกระทำร่วมกับสินค้าที่มีตัวตน โดยอาศัยบุคคลอื่น ๆ ในหน่วยงานปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีความรู้ความสามารถเพื่อให้บุคคลอื่นได้รับผลประโยชน์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (อ้างถึงใน สิริกุล พรหมชาติ, 2552) กล่าวถึง ลักษณะและคุณสมบัติของบริการอธิบายถึง การพิจารณาคุณสมบัติของบริการ ไว้ดังนี้

ความสามารถจับต้องได้ของบริการหมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นชิมรสไม่ได้ รู้สึกไม่ได้ ไม่ได้ยิน หรือไม่สามารถดมกลิ่น เช่น ลูกค้าไม่สามารถเห็นผลงานได้ก่อนที่จะซื้อบริการ ผ่าตัดทำศัลยกรรม ด้วยเหตุนี้เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอนของผู้ซื้อจึงต้องสังเกต “สัญญาณ” (Signals) ของคุณภาพของบริการ โดยอาจสรุปได้จากสถานที่ บุคคล ราคา อุปกรณ์ และการติดต่อสื่อสารดังนั้น ผู้ให้บริการต้องทำให้บริการจับต้องได้ในแนวทางใดแนวทางหนึ่งหรือหลายแนวทาง ในขณะที่นักการตลาดของสินค้าต้องเพิ่มสิ่งที่จับต้องไม่ได้ให้แก่สินค้าที่จับต้องได้เสนอต่อตลาด

ความสามารถแบ่งแยกได้ของบริการ หมายความว่า ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการ หมายถึงบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการ และเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่ผลิตบริการ ซึ่งในขณะที่กิจการสามารถผลิตสินค้าทางกายภาพ (สินค้าที่จับต้องได้) แล้วเก็บไว้เพื่อขายในอนาคตได้ และผู้บริโภคก็สามารถบริโภคสินค้าในอนาคตได้ แต่บริการเป็นสิ่งที่ต้องขาย ผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน

ความแตกต่างกันของบริการ หมายความว่า คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ให้บริการที่ไหน และให้บริการอย่างไร

ความสามารถเก็บไว้ได้ของบริการ หมายความว่า กิจกรรมไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานวันหลังได้ เช่น แพทย์บางคนคิดเงินกับคนไข้ที่ผิคนัด เนื่องจากคุณค่าของบริการจะคงอยู่เมื่อถึงเวลานัด และหมดไปเมื่อคนไข้ไม่มาตามนัดความสามารถเก็บไว้ได้ของบริการจะไม่ใช่เป็นปัญหา หากความต้องการซื้อของลูกค้าคงที่ แต่เมื่อความต้องการซื้อของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงได้ เช่น ธุรกิจการขนส่งต้องจัดให้มียานพาหนะจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารจำนวนมากในช่วงเวลาเร่งด่วนแทนที่จะมีความต้องการโดยเฉลี่ยเท่า ๆ กัน ตลอดวัน ดังนั้นธุรกิจบริการต้องออกแบบกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดความเหมาะสมระหว่างความต้องการซื้อและความต้องการขาย

3.2.3 คุณลักษณะของการบริการที่ดี

ธวัช สุวฒิกุล (อ้างถึงใน สิริกุล พรหมชาติ, 2552) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้ให้บริการที่ดีดังนี้ สุภาพอ่อนโยน สมานฉันท์ สนทนาทางภาษา จิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีขันติ

วีรพงษ์ เถลิงจิรวัดน์ (อ้างถึงใน สิริกุล พรหมชาติ, 2552) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดี ได้ดังนี้

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์ของลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness manner ลักษณะการให้บริการแบบสมัครใจ และเต็มใจทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพลักษณ์ของขององค์กรด้วย

C = Courtesy กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทดี อ่อนน้อมต่อมตน

E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้นกระแฉ่ง และกระตือรือร้นขณะให้บริการและจะให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเสมอ

พิสมัย ปโชติการ (อ้างถึงใน สิริกุล พรหมชาติ, 2552) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานต้อนรับที่ดีดังนี้

มีบุคลิกดี การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ประณีต มีอุปนิสัยคล่องแคล่วว่องไวพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้บริการแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกชื่นชม และประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามา

มีอัธยาศัยอ่อนโยน สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส รู้สึกสำรวมและเคารพผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อทุกคน มองโลกในแง่ดีเสมอ

เฉลียวฉลาด รอบรู้ในงานส่วนต่าง ๆ เป็นอย่างดี ปฏิบัติงานอย่างมีระเบียบแบบแผน รับผิดชอบหน้าที่ และมีจิตวิทยาในการปฏิบัติงาน พยายามจดจำและทำให้แจกรู้สึกว่าเขาเป็นผู้มีความสำคัญ

สำเนียงการพูดชัดด้วยชัดคำ วาจาไพเราะ สามารถสื่อความหมายได้ดี มีวาทศิลป์ในการพูดชักชวนแขกให้ใช้บริการ

มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษในขณะเดียวกัน ต้องมีความสามารถในการพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง

มีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา

รักงานบริการ และมีทัศนคติที่ดีต่องาน มีความเห็นใจและพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่น มีความอดทน ยินดีที่จะเรียนรู้งานอยู่เสมอ และสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่แขกมากที่สุด

การเป็นพนักงานขายที่ดี (นันทนา นันทวโรภาส, อ้างถึงใน สิริกุล พรหมชาติ : 2552) ได้กล่าวว่าบริการที่ดีต้องมี คุณสมบัติ 5 ประการดังนี้ ชี้มน้ำม ขกของ ขัดหุ่น ขอมแพ้ ขุติธรรม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา งานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

ปรีชา ผ่องเจริญกุล (2542) ศึกษาสำรวจความเป็นไปได้ในการส่งเสริมและอนุรักษ์สามล้อแรงคนด้วยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่ต้องการใช้บริการสามล้อซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาสรุปว่า ทางฝ่ายผู้ต้องการใช้บริการรถสามล้ออยากให้มีการพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้ดี และจัดระบบจราจรมีทางเฉพาะรถสามล้อ ให้มีการพัฒนากิจการรถสามล้อให้ดีขึ้นก็จะใช้บริการรถสามล้อ ทางฝ่ายผู้จัดหารบริการรถสามล้อก็จะสามารถและพร้อมที่จะพัฒนาปรับปรุงบริการรถสามล้อ ถ้ามีความต้องการและมีการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างจริงจังจากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

กำไร โพธิ์ทอง (2549) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการและพัฒนาเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่าเพศหญิง ในด้านการจัดการที่พักแรมและร้านอาหาร การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชายสามารถเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบ สามารถท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ในสภาพที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกขั้นพื้นฐานได้ ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกรวมอยู่ด้วย หากจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงบวกมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกวานั้นจะมีความรู้และประสบการณ์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดี สามารถวิเคราะห์ชี้ให้เห็นปัญหาหรือข้อบกพร่องและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ และเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมีการรักษาสภาพแวดล้อมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย

ประภาพร พนมไพร, นางวาวนา ทิพย์ศรี, และนายราเชนทร์ ชูศรี (2550) การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผลการวิจัยเป็นดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 25-34 ปี เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา การศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อปีระหว่าง US\$10,000-30,000 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมสันทนาการและการพักผ่อน โดยรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านความเป็นมิตรไมตรี, ความปลอดภัย, ความสะดวกในการเดินทาง, การบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์, บริการข้อมูลข่าวสาร, โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค, สถานที่พัก, การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง และด้านอาหาร/ภัตตาคารอยู่ในระดับดีจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมัคคุเทศก์ ตลอดจนการจัดประชุมภาคีเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้นำไปสู่ความเป็นเลิศ พบว่าด้านความเป็นมิตรไมตรี ผู้ให้บริการต้องมีการอบรมในวิชาชีพ โดยไม่เอาใจเอาเปรียบ หลอกลวงฉ้อโกงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีสำนึกในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวคุณภาพดี, ด้านความปลอดภัย ควรเสริมสายตรวจและพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ตลอดจนย่านที่พักของนักท่องเที่ยว, ด้านความสะดวกในการเดินทาง ควรจัดทำป้ายบอกทางเส้นทางการท่องเที่ยว และมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ, ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ควรจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร และความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสามารถอธิบายและแนะนำนักท่องเที่ยวให้เที่ยวได้อย่างถูกวิธี, ด้านบริการข้อมูลข่าวสารควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และจัดจุดบริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น, ด้าน โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค ควรดูแลบำรุงรักษาปรับปรุงถนนหนทาง

ผู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานสะอาด และปลอดภัย, ด้านสถานที่พัก พนักงานที่ให้บริการด้านที่พักควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และไม่เอาเปรียบ โดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ, ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ควรเน้นระบบการบริการที่รวดเร็ว สะดวก และปลอดภัย, ด้านอาหารและภัตตาคาร ควรปรับปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัยจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านให้สะอาด และน่าสนใจ

ดวงสุดา พิสิษฐาพิบูล, นิชาภา แสงอาทิตย์, รพีกร เหมรัตน์, กัลยา พิมา, พัชรินทร์ เสนาะพิน, พิมพ์กาญจน์ ทำนาย, ภาคภูมิ อวชันนาการกุล, ปิณฑิพร ชาญวาปี, ธัญญ์นรี สิริจงประเสริฐ และวงศ์ศักดิ์ อุปธีธรรม (2550) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนฮวายในด้านสถานที่ในด้านการจัดการสถานที่ การอำนวยความสะดวก การจราจรภายในบริเวณตลาดริมน้ำ การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดริมน้ำ การให้บริการของร้านค้าแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนฮวายในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยต่อการบริการทางด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของตลาดน้ำคอนฮวาย โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนฮวายที่เห็นด้วยเป็นลำดับแรก คือ ด้านการจัดการสถานที่ของตลาดน้ำคอนฮวาย ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาได้แก่ ด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรภายในตลาดน้ำคอนฮวายซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{X} = 3.77$) ด้านการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{X} = 3.75$) ด้านการให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.69$) และด้านการให้บริการร้านค้าแก่นักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนฮวายในด้านต่าง ๆ แยกตามเพศ พบว่า ในด้านการจัดการสถานที่ของตลาดน้ำคอนฮวายทัศนคติของเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอายุพบว่า ในด้านการจัดการสถานที่ของตลาดน้ำคอนฮวาย ด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรภายในตลาดน้ำคอนฮวาย ด้านการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดริมน้ำ และการให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านระดับการศึกษา พบว่าทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายได้ พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนฮวายมีสองด้านที่มีความไม่แตกต่างกัน คือ ด้านการจัดการสถานที่ของตลาดน้ำคอนฮวาย ด้านการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำคอนฮวายและการให้บริการด้านความปลอดภัยแก่

นักท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานภาพการสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวนสองด้าน คือด้านการอำนวยความสะดวกการจราจรภายในตลาดน้ำคอนทวายและการให้บริการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

จากรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงความคิดเห็นและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และความเป็นไปได้ในการส่งเสริมพร้อมกับการอนุรักษ์สามล้อแรงคนให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาค้นคว้าเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครรราชสีมาในการใช้เป็นแนวความคิดที่กำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา กรอบแนวความคิด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินงาน

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ในครั้งนี้กำหนดวิธีการดำเนินงานเพื่อทำการศึกษาดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย
- 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย

3.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวยชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการอนุรักษ์สามล้อถีบ

3.1.2 นำเสนอหัวข้อในการศึกษา ทัศนคติของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเสนอแนวทางถึงความเป็นไปได้ในการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1.3 ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดทฤษฎีในการศึกษากันคว่ำอิสระ

3.1.4 กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.5 สร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยใช้หลักการจากกรอบแนวคิดทฤษฎี รวมถึงการให้บริการสามล้อถีบด้วยตนเอง แล้วทำการออกแบบสอบถาม เพื่อเสนอผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.1.6 นำแบบสอบถามใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่มาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 30 ราย

3.1.7 นำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.1.8 ทำการเก็บแบบสอบถามเพื่อประมวลผล สรุปผลและจัดทำรูปเล่มรายงานนำเสนอผลงานวิจัย

3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยนี้ จะมุ่งศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ดังนั้นประชากรในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จากสถิติดังนี้

ตารางที่ 3-1 แสดงข้อมูลผู้เข้ามาชมการเปิดแสดงแสง สี เสียงวีรกรรมท้าวสุรนารี ณ อาคารวีรกรรมบริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในเดือนพฤศจิกายน 2553 – กุมภาพันธ์ 2554

เดือน	นครราชสีมา (คน)	จากต่างจังหวัด (คน)	ต่างประเทศ (คน)	รวมทั้งหมด (คน)
พฤศจิกายน 53	89	102	-	191
ธันวาคม 53	399	70	5	474
มกราคม 54	124	74	4	202
กุมภาพันธ์ 54	354	70	4	428

ที่มา : เทศบาลนครนครราชสีมา งานส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2554

ตารางที่ 3-2 ข้อมูลผู้เข้ามาขอรับบริการจากศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ณ บริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในเดือนพฤศจิกายน 2553 – กุมภาพันธ์ 2554

เดือน	นครราชสีมา (คน)	จากต่างจังหวัด (คน)	ต่างประเทศ (คน)	รวมทั้งหมด (คน)
พฤศจิกายน 53	56	119	70	215
ธันวาคม 53	168	441	106	715
มกราคม 54	129	251	74	454
กุมภาพันธ์ 54	130	308	56	494

ที่มา : เทศบาลนครนครราชสีมา งานส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2554

การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบจำนวนของกลุ่มประชากรที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวยชาวไทย ทำได้โดยการคำนวณจากสูตร W.G cochrn โดยใช้สูตรเพื่อคำนวณ (อภิสิทธิ์ จันตะนี, 2549 : 35) ดังนี้

$$n = \frac{1}{(e)^2}$$

วิธีทำให้ $e = 0.05$ (คลาดเคลื่อนได้ 5%)

$$n = \frac{1}{(.05)^2} \quad (3-1)$$

$$n = \frac{1}{0.0025}$$

$$n = 400$$

จากสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 400 ราย ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเมื่อกำหนด ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

การสุ่มตัวอย่างได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (บุญใจ ศรีสถิตชัยนราทร 2550 :199) โดยผู้วิจัยได้เจาะจงคัดเลือกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพสามล้อถีบ และข้อมูลเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวเฉพาะในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

3.3.2 ศึกษาเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนโยบายของรัฐบาล นโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา นโยบายของเทศบาลนครนครราชสีมา รวมถึงยุทธศาสตร์ของจังหวัดนครราชสีมา

3.3.3 วิเคราะห์กรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.3.4 ศึกษาบริบทของสามล้อถีบโดยการนั่งสามล้อจากบริเวณหน้าอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เพื่อไปที่วัดศาลาลอย ซึ่งเป็นที่บรรจ่อัฐิธาตุท่านท้าวสุรนารี และนั่งต่อไปที่ศาลหลักเมือง สิ้นสุดที่บริเวณหน้าอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี

3.3.5 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีรูปแบบปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choice) ซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบคำถามจะแบ่งเป็นช่วงระดับความคิดเห็น 5 ช่วงแบบต่อเนื่องตามมาตรากลิ์ท โดยเรียงลำดับ 5 ระดับ โดยกำหนดให้คะแนนใช้เกณฑ์ความเบี่ยงเบนมาตรฐานให้คะแนนช่วงความรู้สึกเท่า ๆ กัน เป็น 5 ช่วงแบบต่อเนื่อง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามลักษณะปลายเปิด (Open End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และคำชี้แจงต่าง ๆ

โดยทำการกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน สำหรับเครื่องมือวัดในส่วนที่ 2 เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดค่าความต่อเนื่องตามมาตรากลิ์ท (Likert Scale) ให้คะแนนช่วงความรู้สึกเท่า ๆ กันเป็น 5 ช่วง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับทัศนคติ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดค่าเฉลี่ยและใช้สูตรการคำนวณหาอันตรภาคชั้น (บุญใจ ศรีสถิตย์นราทร, 2550) เพื่อกำหนดความสำคัญของระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ดังนี้

สูตรการคำนวณหาอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}} \\ \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} \quad (3-2) \\ \text{จากการคำนวณ} &= 0.80 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์การพิจารณาดังกล่าวสามารถกำหนดระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

คะแนน	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีทัศนคติ	หรือความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนน	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีทัศนคติ	หรือความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย
คะแนน	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีทัศนคติ	หรือความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ
คะแนน	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีทัศนคติ	หรือความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย
คะแนน	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีทัศนคติ	หรือความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.3.6 การทดสอบหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือไม่ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3.3.7 ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Try-out) ใช้วิธีการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน สถานที่เก็บแบบสอบถาม คือ บริเวณหน้าอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี, หน้าศาลหลักเมือง, วัดพ่ายพ, จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือที่ได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (บุญใจ ศรีสถิตย์นราฎร, 2550)

ตารางที่ 3-3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัยที่ศึกษา	ผลการศึกษา	
	ข้อคำถาม	ค่า Alpha
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ		
- ด้านความเป็นมิตร ไมตรีและบุคลิกภาพ	10	0.86
- ด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย	10	0.87
- ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	10	0.89
รวม	30	0.94

ที่มา: จากการสำรวจปี 2554 และการคำนวณ

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และคุณภาพ (Qualitative data)

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Method) ด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา เทศบาลนครนครราชสีมา ในรูปแบบของเอกสาร วารสาร บทความ สื่อพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยในครั้งนี้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการบันทึกข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ ค่าสถิติที่ใช้คือ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) โดยแสดงการวิเคราะห์ผลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย

3.5.1 การประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเป็นเครื่องมือในการประมวลผลข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

2) ทำการบันทึกข้อมูลในรูปแบบที่เป็นรหัสป้อนเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4) ทำการประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ทำการวิเคราะห์สถิติโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

2) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ทำการวิเคราะห์สถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ทำการวิเคราะห์สถิติโดยการหาค่า (t-test) และ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) หากพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe

3.5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หรือค่าสถิติพื้นฐานได้แก่

(1) การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สูตร ดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตย์นราทร, 2550 : 351)

$$\text{สูตรหาค่าร้อยละ} = \frac{\text{ค่าตัวเลขที่ต้องการคำนวณค่าร้อยละ} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}}$$

(2) การหาค่าเฉลี่ย เพื่อใช้แปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติหรือความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ (คณิต ไข่มุกด์, 2546 : 115)

$$\text{สูตรหาค่าเฉลี่ย} \quad \bar{X} = \frac{\sum fx}{n}$$

เมื่อ f แทน ความถี่ของข้อมูล (3-3)
 $\sum fx$ แทน ผลรวมของความถี่คูณคะแนน
 n แทน ข้อมูลทั้งหมด

(3) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติหรือความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ (บุญใจ ศรีสถิตย์นราทร, 2550 : 349)

สูตรการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S = \frac{\sqrt{n\sum fx^2 - (\sum fx)^2}}{n(n-1)} \quad (3-4)$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน ค่าของจำนวนข้อมูล (กลุ่มตัวอย่าง)
 $\sum fx$ แทน ผลรวมทั้งหมดความถี่คูณคะแนน

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรในการวิจัยครั้งนี้ โดยสถิติที่นำมาใช้ทดสอบได้แก่

(1) ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สูตร t-test Independent (บุญใจ ศรีสถิตยัณราทร, 2550 : 423-424)

(2) ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความเป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance : ANOVA) (บุญใจ ศรีสถิตยัณราทร, 2550 : 441-442)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน แบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ทั้งสิ้นได้นำมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
 - 4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 4.1.2 การวิเคราะห์ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.3 การอภิปรายผลการศึกษา

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

- 4.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวน และร้อยละ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	179	44.80
หญิง	221	55.20
2. อายุ		
20 - 30 ปี	202	50.50
31 - 40 ปี	108	27.00
41 - 50 ปี	59	14.80
51 ปีขึ้นไป	31	7.80

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	193	48.20
ปริญญาตรี	184	46.00
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.80
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	96	24.00
พนักงานบริษัทเอกชน	138	34.50
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	125	31.20
อื่น ๆ (รับจ้าง, นักดนตรี)	41	10.20
5. สถานภาพสมรส		
โสด	198	49.50
สมรส	190	47.50
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	12	3.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	152	38.00
10,001 - 20,000 บาท	181	45.20
20,001 - 30,000 บาท	49	12.20
สูงกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	18	4.50
7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
เพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน	204	51.00
เพื่อเยี่ยมชมวัดหรือเพื่อน	124	31.00
เพื่อติดต่อบุคคล ประชุม สัมมนา	58	14.50
อื่น ๆ (เพื่อทำกิจกรรมทางศาสนา, เพื่อแก้บนท่าน้าวสุรนารี)	14	3.50

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
8. ท่านเคยใช้บริการสามล้อถีบหรือไม่		
เคย	221	55.20
ไม่เคย	179	44.80

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.20 และนักท่องเที่ยวเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.80

อายุ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 ส่วนระดับอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.80

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.80

อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 31.20 ส่วนอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.00

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนสถานภาพที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.00

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนรายได้ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ รายได้สูงกว่า 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.50 บาท

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ

เพื่อเยี่ยมชมวัดหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนวัตถุประสงค์ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการศาสนา/แก้บนทำวสุรนาารี คิดเป็นร้อยละ 3.50

การใช้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการสามล้อถีบ คิดเป็นร้อยละ 55.20 และไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 44.80

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษามีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการสามล้อถีบ

4.1.2 การวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านทัศนคติทางผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) ด้านความเป็นมิตร ไมตรีและบุคลิกภาพ
- 2) ด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย
- 3) ด้านค่าบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ตารางที่ 4-2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความเป็นมิตร ไมตรีและบุคลิกภาพ

ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
- ผู้ถีบสามล้อ ไม่ควรคิ่่มสุราหรือสูบบุหรี่ ทั้งก่อนและในขณะที่บริการนักท่องเที่ยว	4.52	0.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
- ผู้ถีบสามล้อควรมีความสุภาพ อ่อนน้อม และพูดจาดีต่อกับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ	4.48	0.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
- ผู้ถีบสามล้อควรมีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	4.42	0.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3
- ผู้ถีบสามล้อควรมีการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อย	4.35	0.78	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4
- ผู้ถีบสามล้อควรมีความขี้มเข้ม แจ่มใสในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.27	0.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
- ควรมีเครื่องแต่งกายเฉพาะสำหรับผู้ถีบสามล้อที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.25	0.89	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
- ผู้สืบสามล้อควรมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.20	0.77	เห็นด้วย	7
- ผู้สืบสามล้อควรมีคำทักทายนักท่องเที่ยวที่เป็นภาษาท้องถิ่น	4.18	0.81	เห็นด้วย	8
- ผู้สืบสามล้อควรมีความกระตือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.13	0.80	เห็นด้วย	9
- ผู้สืบสามล้อควรสื่อสารภาษาต่างชาติได้บ้างเพื่อการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.00	0.97	เห็นด้วย	10
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.81	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติต่อการให้บริการสามล้อในด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการให้บริการสามล้อในด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ ดังต่อไปนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ผู้สืบสามล้อไม่ควรดื่มสุราหรือสูบบุหรี่ ทั้งก่อนและในขณะที่บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ผู้สืบสามล้อควรมีความสุภาพ อ่อนน้อม และพูดจาดีต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ผู้สืบสามล้อควรมีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ผู้สืบสามล้อควรมีการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ผู้สืบสามล้อควรมีความขี้มเข้มแจ่มใสในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ควรมีเครื่องแต่งกายเฉพาะสำหรับผู้สืบสามล้อที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89

ระดับเห็นด้วย คือ ผู้สืบสามล้อควรมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ผู้สืบสามล้อควรมีคำทักทายนักท่องเที่ยวที่เป็นภาษาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ผู้สืบสามล้อควรมี

ความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ผู้โดยสารสามล้อควรสื่อสารภาษาต่างชาติได้บ้างเพื่อการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97

ตารางที่ 4-3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย

ด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
- ควรมีไฟฟ้าส่องสว่างในยามค่ำคืนในเส้นทางของสามล้อนำเที่ยว	4.36	0.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
- รถสามล้อที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวควรอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมให้บริการ	4.34	0.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
- ควรมีจุดจอดสามล้อติดที่ชัดเจน เหมาะสม และเป็นระเบียบสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	4.34	0.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
- ผู้โดยสารสามล้อควรได้รับการอบรมเรื่องกฎจราจร และปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด	4.33	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3
- ควรมีป้ายที่แสดงเส้นทางรถท่องเที่ยว และจุดจอดของรถสามล้อที่ให้บริการ	4.27	0.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4
- ควรมีศูนย์บริการหรือผู้ประสานงานติดต่อผู้โดยสารสามล้อให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ	4.26	0.84	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
- ควรจัดให้มีเส้นทางนำเที่ยวของสามล้อติด โดยเฉพาะแยกจากเส้นทางรถยนต์เพื่อความปลอดภัย	4.21	0.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6
- ควรมีจำนวนรถสามล้อที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	4.16	0.76	เห็นด้วย	7
- ผู้โดยสารสามล้อควรมีบัตรประจำตัวรถสามล้อบริการ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการ	4.11	0.89	เห็นด้วย	8
- ควรมีการคิดแปลงรถสามล้อติดเพื่อช่วยเพิ่มความเร็วและผ่อนแรงผู้โดยสารสามล้อ	3.86	1.01	เห็นด้วย	9
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	0.81	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัยที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย ดังต่อไปนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ควรมีไฟฟ้าส่องสว่างในยามค่ำคืนในเส้นทางของสามล้อนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 รถมอเตอร์ไซด์ที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ควรมีจุดจอดสามล้อถีบที่ชัดเจน เหมาะสม และเป็นระเบียบสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 ผู้ถีบสามล้อควรได้รับการอบรมเรื่องกฎจราจรและปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ควรมีป้ายที่แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว และจุดจอดของรถมอเตอร์ไซด์ที่ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ควรมีสวนย่อยบริการหรือผู้ประสานงานติดต่อผู้ถีบสามล้อให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 ควรจัดให้มีเส้นทางนำเที่ยวของสามล้อถีบโดยเฉพาะแยกจากเส้นทางรถยนต์เพื่อความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

ระดับเห็นด้วย คือ ควรมีจำนวนรถมอเตอร์ไซด์ที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ผู้ถีบสามล้อควรมีบัตรประจำตัวรถมอเตอร์ไซด์บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 ควรมีการคัดเลือกรถมอเตอร์ไซด์เพื่อช่วยเพิ่มความเร็วและผ่อนแรงผู้ถีบสามล้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01

ตารางที่ 4-4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
- หน่วยงานภาครัฐควรจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนำสามล้อถีบเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยอย่างสม่ำเสมอ	4.42	0.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
- สามล้อถีบควรมีราคาในการบริการนำเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นธรรม	4.40	0.75	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
- หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมสามล้อ ถีบในด้านการบริการการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง	4.38	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3
- ผู้โดยสารสามล้อควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ ในตัวเมืองโคราช และสามารถให้ข้อมูลได้	4.37	0.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4
- รถสามล้อถีบควรมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์สอดคล้อง กับเมืองโคราชเพื่อการจดจำของ นักท่องเที่ยว	4.28	0.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
- ผู้โดยสารสามล้อควรแนะนำเส้นทาง การนำเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวได้	4.20	0.79	เห็นด้วย	6
- ผู้โดยสารสามล้อควรแนะนำร้านค้าและร้านของฝาก ของที่ระลึก และสินค้าต่างๆ ได้	4.16	0.81	เห็นด้วย	7
- ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการ บริการนำเที่ยวของสามล้อถีบในสื่อต่างๆ	4.16	0.78	เห็นด้วย	7
- ควรมีศูนย์บริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว โดยสามล้อถีบแก่นักท่องเที่ยว	4.14	0.79	เห็นด้วย	8
- ศูนย์บริการควรมีคู่มือในการท่องเที่ยวโดย สามล้อถีบแก่นักท่องเที่ยว	4.13	0.81	เห็นด้วย	9
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26	0.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้าน
บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เท่ากับ 0.77 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการใช้บริการสามล้อถีบ
ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ดังต่อไปนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ หน่วยงานภาครัฐควรจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
และนำสามล้อถีบเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 0.76 สามล้อถีบควรมีราคาในการบริการนำเที่ยว ที่ชัดเจนและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.40 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมสามล้อถีบ

ในด้านการบริการรถท่องเที่ยวอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ผู้โดยสารสมควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในตัวเมืองโคราช และสามารถให้ข้อมูลได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 รถสามล้อถีบควรมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับเมืองโคราชเพื่อการจดจำของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77

ระดับเห็นด้วย คือ ผู้โดยสารสมควรแนะนำเส้นทางรถท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ผู้โดยสารสมควรแนะนำร้านค้าและร้านของฝาก ของที่ระลึก และสินค้าต่างๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริการรถท่องเที่ยวของสามล้อถีบในสื่อต่างๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ควรมีสุนัขบริการด้านข้อมูลข่าวสารรถท่องเที่ยวโดยสามล้อถีบแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ศูนย์บริการควรมีคู่มือในการท่องเที่ยวโดยสามล้อถีบให้นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.2.1 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ

ตารางที่ 4-5 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	179	4.17	0.58	-2.84	0.005*
หญิง	221	4.32	0.43		

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ยของ

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบเท่ากับ 4.17 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบเท่ากับ 4.32 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43 ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างเพศชาย และเพศหญิง มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-6 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ

บริการสามล้อถีบ	จำนวน	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
เคย	221	4.22	0.50	-1.47	0.142
ไม่เคย	179	4.29	0.51		

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ระหว่างผู้ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบเท่ากับ 4.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เคยใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเท่ากับ 4.29 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างผู้ที่เคยใช้บริการ และไม่เคยใช้บริการสามล้อถีบ ไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ

ตารางที่ 4-7 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับกลุ่มอายุ

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ				
ระหว่างกลุ่ม	3	0.231	0.888	0.448
ภายในกลุ่ม	396	0.260		
รวม	399			

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับกลุ่มอายุ พบว่าในแต่ละช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติด

ตารางที่ 4-8 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับระดับการศึกษา

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติด.....				
ระหว่างกลุ่ม	2	0.008	0.030	0.970
ภายในกลุ่ม	397	0.261		
รวม	399			

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติด

ตารางที่ 4-9 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับอาชีพ

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติด				
ระหว่างกลุ่ม	3	1.267	5.026	0.002*
ภายในกลุ่ม	396	0.252		
รวม	399			

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับกลุ่มอาชีพ พบว่ากลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	อื่น ๆ
		4.16	4.30	4.34	4.04
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.16	-	-0.14	-0.18	0.12
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.30		-	-0.04	0.26*
ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	4.34			-	0.30*
อื่น ๆ	4.04				-

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ เช่น นักดนตรี, รับจ้าง, มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ กับ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ เช่น นักดนตรี, รับจ้าง, มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-11 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรส

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติด				
ระหว่างกลุ่ม	2	0.959	3.742	0.025*
ภายในกลุ่ม	397	0.256		
รวม	399			

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรส พบว่าสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส		โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
	\bar{X}	4.23	4.30	3.91
โสด	4.23	-	-0.07	0.32
สมรส	4.30		-	0.39*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.91			-

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ที่มา: จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อติดกับสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส กับ สถานภาพสมรสที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-13 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับรายได้

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ				
ระหว่างกลุ่ม	3	0.358	1.381	0.248
ภายในกลุ่ม	396	0.259		
รวม	399			

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-13 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับรายได้ พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ

ตารางที่ 4-14 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

แหล่งของความแปรปรวน	df	MS	F	Sig.
ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ				
ระหว่างกลุ่ม	3	0.085	0.324	0.808
ภายในกลุ่ม	396	0.261		
รวม	399			

ที่มา : จากการสำรวจปี พ.ศ. 2554 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4-14 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ

4.3 การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในด้านต่าง ๆ นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย แยกตามเพศชายและเพศหญิงนั้น จะเห็นว่าทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอาชีพ พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่าทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานภาพสมรส พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่าทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงสุดา พิสิฎฐาพิบูล และคณะ (2550) ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนทอนหวาย เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำคอนทอนหวายในด้านต่าง ๆ แยกตามเพศ พบว่า ในด้านการจัดการสถานที่ของตลาดน้ำคอนทอนหวายทัศนคติของเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานภาพการสมรส พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 เนื่องจากอยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน รongลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมวัดหรือเพื่อน ลำดับสุดท้ายคือ เพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการใช้บริการสามล้อถีบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน คือ ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ ด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร พนมไพร และคณะ (2550) ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน รongลงมาคือเพื่อเยี่ยมชมวัดหรือเพื่อน ลำดับสุดท้ายคือเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านความเป็นมิตรไมตรี ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

บทที่ 5

บทสรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขและปรับปรุงสามล้อถีบในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานต่างๆ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา เทศบาลนครราชสีมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม สนับสนุน เพื่อยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้อยู่คู่กับจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่เขตเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.20 และนักท่องเที่ยวเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.80 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 ส่วนระดับอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.80 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.80 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 31.20 ส่วนอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.00 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนสถานภาพที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.00 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนรายได้ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ รายได้สูงกว่า 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.50 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนวัตถุประสงค์ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการศาสนา/

แก้บนท่าน้าวสุรนารี คิดเป็นร้อยละ 3.50 และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการสามล้อถีบ คิดเป็นร้อยละ 55.20 ไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 44.80

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพที่เห็นด้วยเป็นลำดับแรก คือ ผู้ถีบสามล้อไม่ควรมีสุราหรือสูบบุหรี่ ทั้งก่อนและในขณะที่บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.52$) และในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพที่เห็นด้วยเป็นลำดับสุดท้าย คือ ผู้ถีบสามล้อควรสื่อสารภาษาต่างชาติได้บ้างเพื่อการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.00$)

2) ด้านความสะอาดสบายและความปลอดภัย จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะอาดสบายและความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะอาดสบายและความปลอดภัยที่เห็นด้วยเป็นลำดับแรก คือ ควรมีไฟฟ้าส่องสว่างในยามค่ำคืนในเส้นทางของสามล้อนำเที่ยว ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.36$) และในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านความสะอาดสบายและความปลอดภัยที่เห็นด้วยเป็นลำดับสุดท้าย คือ ควรมีการคิดแปลงรถสามล้อถีบเพื่อช่วยเพิ่มความเร็วและผ่อนแรงผู้ถีบสามล้อ ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{x} = 3.86$)

3) ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่เห็นด้วยเป็นลำดับแรก คือ หน่วยงานภาครัฐควรจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนำสามล้อถีบเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.42$) และในข้อที่มีระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่เห็นด้วยเป็นลำดับสุดท้าย คือ ศูนย์บริการควรมีคู่มือในการท่องเที่ยวโดยสามล้อถีบให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.13$)

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สมมติฐาน คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครราชสีมา มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง ที่มีอาชีพและมีสถานภาพสมรสไม่เหมือนกัน มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ ไม่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครราชสีมา มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสามล้อถีบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครราชสีมา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา เทศบาลนครราชสีมา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนสามล้อถีบอย่างจริงจัง โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเน้นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมสันทนาการ และนำสามล้อถีบเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยอย่างสม่ำเสมอ

2) หน่วยงานภาครัฐ ควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมเพื่อยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาในการส่งเสริมการท่องเที่ยว หากทำได้ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นผู้ประกอบการสามล้อถีบก็จะเห็นคุณค่าในอาชีพของตนเองมากขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบในการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นตามลำดับ

3) เมื่อมีการยกระดับอาชีพสามล้อถีบแล้ว ควรมีการจัดการบริหารเรื่องสวัสดิการของผู้ประกอบการสามล้อถีบ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการให้ดีขึ้น เพราะทำให้เห็นถึงความมั่นคงในการประกอบอาชีพ

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนครราชสีมา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมถึงกลุ่มประชากรเพิ่มมากขึ้น

2) สำหรับการศึกษาเรื่องการยกระดับอาชีพสามล้อถีบ ควรมีการศึกษาในเรื่องสวัสดิการของผู้ประกอบการสามล้อถีบ

บรรณานุกรม

- กันตพิชญ์ ใจบุญ และมณีนรี วีริยะกุล. (2553). ตามด้อป็นเมืองโคราช ว่าจะหายไปตามกาลเวลา (ออนไลน์). <http://www.koratdaily.com/13/1248.html>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2553). “มาโคราช กราบคุณย่า ตามด้อพา เที่ยวชมเมือง” คู่มือท่องเที่ยวจังหวัด นครราชสีมา, 50 ปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 10-11.
- (2553). แนะนำเที่ยวทั่วไทย (ออนไลน์).
<http://thai.tourismthailand.org/marketplace/content-248.html>
- คณิต ไข่มุกด์. (2546). สถิติพื้นฐาน : กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์น้ำฝน จำกัด.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คู่ย ชุมสาย, ม.ล. และอุทัยพันธ์ พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2547). หลักการจัดการ หลักการบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ.
- เทศบาลนครนครราชสีมา.งานส่งเสริมการท่องเที่ยว. (2553). ประชากร: (Update 2553, ธันวาคม).
- นิภา ศรีศิลป์นันท์. (2549). การให้บริการด้านขนส่งสาธารณะในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นุชนารถ ว่องวัชชัย. (2539, มกราคม-มีนาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรม ในการซื้อของนักท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว. 15(1) : 15-17.
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2550). ระเบียบวิธีวิจัย : แนวทางการปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ : ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย.
- ประภาพร พนมไพร และคณะ. (2550). โครงการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย. เชียงราย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ปัญญาเดช พันธุ์วัฒน์ และคณะ. ทัศนคติของบุคลากรต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ฝ่ายเลขานุการศูนย์การศึกษา. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไฟว์ แอนด์ ไฟว์ พรินติ้ง.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

- แพรภัทร ยอดแก้ว. (2553). **ทัศนคติหรือเจตคติ (ออนไลน์).**
<http://gotoknow.oeg/blog/theories/280647>
- วรรณ วลัยวานิช. (2544). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2536). **ตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์** .กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
ดวงกมล.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2551). **ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ : รู้เรา รู้เขา (พิมพ์ครั้งที่ 15)** .กรุงเทพฯ :
หมอชาวบ้าน.
- สมพร สุทัศนีย์. (2544). **มนุษย์สัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 6)** .กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สมิต สัจฉกร. (2543). **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 2)** .กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
เคื่อนตุลา.
- สิริกุล พรหมชาติ. (2552). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศของ
บริษัท 407 พัฒนา จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพ.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก. (2553). **อปท.โคราชยกระดับ “สามล้อปั่น” คิงการท่องเที่ยว-กระตุ้น
เศรษฐกิจ (ออนไลน์).** <http://www.komchadluek.net/net/detail/20090325/6748>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา. **กองส่งเสริมคุณภาพชีวิต. (2553). โครงการฝึกอบรม
เสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งชมรมผู้ประกอบการอาชีพตามล้อถีบ.**
- อรวรรณ พันธุ์เนตร. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** เชียงราย : สถาบันราชภัฏเชียงราย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 8).** กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อกนิษฐ์ จันตะนี . (2549). **การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยทางธุรกิจ .** ฝ่ายบัณฑิตศึกษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ภาคผนวก



ที่ ศธ ๐๕๗๖(บธ.)๐๒๕๕

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง
 จ.นครราชสีมา ๓๐๐๐๐

๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕

เรื่อง ขอข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาสักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหรือข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
 มาเที่ยวในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

เรียน นายกเทศมนตรีนครราชสีมา

ด้วย นางสาวณัฐนที ศรีราชเลา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ
 มหาคณิศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา กำลังศึกษาการค้นคว้า
 อีสารเรื่อง "ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครราชสีมา" และใน
 การศึกษาครั้งนี้ได้เน้นให้นักศึกษา ศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง ดังนั้น เพื่อให้การจัดทำการศึกษาค้นคว้าอีสาร
 เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ คณะบริหารธุรกิจฯ จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ นางสาว
 ณัฐนที ศรีราชเลา ขอข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาสักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหรือข้อมูลนักท่องเที่ยว
 ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตเทศบาลนครราชสีมา ระหว่างเดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๓ ถึง ปัจจุบัน

คณะบริหารธุรกิจฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลใน
 ครั้งนี้ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล ต้นประวีติ)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา

โทร.๐ ๔๕๒๔ ๒๕๗๘, ๐ ๔๕๒๗ ๑๓๓๒ ต่อ ๓๕๓๒

โทรสาร ๐ ๔๕๒๕ ๘๕๕๖

ที่ นม ๕๒๐๐๗/ ๑๕๕๕

สำนักงานเทศบาลนครนครราชสีมา
ถนนโพธิ์กลาง อำเภอเมือง ๓๐๐๐๐

๑ มีนาคม ๒๕๕๔

เรื่อง การให้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว

เรียน คณะกรรมการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

อ้างถึง หนังสือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมาที่ ศธ ๐๔๘๖(บธ.)/๐๒๕ ลงวันที่

๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

สิ่งที่ส่งมาด้วย สรุปข้อมูลผู้เข้ามาชมการเปิดแสดง แสง สี เสียง วิกรรมท้าวสุรนารีและสรุปข้อมูลผู้เข้ามา
ขอรับบริการจากศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ในเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๓ ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

ตามที่ นางสาวณัฐนที ศรีราชเสลา นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ได้ขอข้อมูลจำนวน
นักท่องเที่ยวที่มาสักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหรือข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในเขตเทศบาลนคร
นครราชสีมา ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๓ ถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาการค้นคว้าอิสระเรื่อง
"ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา" นั้น

ทั้งนี้เทศบาลนครนครราชสีมา ได้จัดทำข้อมูลดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ดังรายละเอียดที่แนบ
ส่งมาพร้อมนี้และหวังว่าคงเป็นประโยชน์กับท่านเป็นอย่างยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายพงษ์เลิศ สุภัทรวณิชย์)

รองนายกเทศมนตรี ปฏิบัติราชการแทน

นายกเทศมนตรีนครนครราชสีมา

งานส่งเสริมการท่องเที่ยว
กองวิชาการและแผนงาน
โทร. ๐ ๔๔๒๓ ๔๗๕๖ ต่อ ๓๕๐๗
โทรสาร ๐ ๔๔๒๓ ๔๗๕๖

สรุปข้อมูลผู้เข้ามาขงการเปิดแสดง แสง สี เสียง วิศวกรรมท้าวสุรนารี
ในเดือนพฤศจิกายน 2553-กุมภาพันธ์ 2554

เดือน	ในนครราชสีมา	จากต่างจังหวัด	ต่างประเทศ	รวมทั้งหมด
พฤศจิกายน	89	102	-	191
ธันวาคม	399	70	5	474
มกราคม	124	74	4	202
กุมภาพันธ์	354	70	4	428

สรุปข้อมูลผู้เข้ามาขอรับบริการจากศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว
ในเดือนพฤศจิกายน 2553-กุมภาพันธ์ 2554

เดือน	ในนครราชสีมา	จากต่างจังหวัด	ต่างประเทศ	รวมทั้งหมด
พฤศจิกายน	56	119	70	215
ธันวาคม	168	441	106	715
มกราคม	129	251	74	454
กุมภาพันธ์	130	308	56	494

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการสามล้อถีบในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมียุทธศาสตร์เพื่อศึกษา ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยว่าต้องการเห็นสามล้อถีบของจังหวัดนครราชสีมา เป็นเช่นไรสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสามล้อถีบ ตลอดจนเป็นข้อเสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐนำไปส่งเสริม สนับสนุน และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เพื่อยกระดับอาชีพสามล้อถีบให้เป็นอาชีพที่ยังคงอยู่กับชาวนครราชสีมาสืบต่อไป

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนและตรงตามความจริง และขอขอบคุณท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 บัญชีส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสามล้อถีบ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) 20 – 30 ปี

2) 31 – 40 ปี

3) 41 – 50 ปี

4) 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2) พนักงานบริษัทเอกชน

3) ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. สถานภาพสมรส

1) โสด

2) สมรส

3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

6. รายได้ต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

2) 10,001 – 20,000 บาท

3) 20,001 – 30,000 บาท

4) สูงกว่า 30,001 บาทขึ้นไป

7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา

1) เพื่อทำกิจกรรมสันทนาการและพักผ่อน 2) เพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

3) เพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา

4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านเคยใช้บริการสามล้อถีบหรือไม่

1) เคย

2) ไม่เคย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการตามข้อดี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

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

ทัศนคติที่มีต่อสามล้อถีบ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านความเป็นมิตรไมตรีและบุคลิกภาพ					
1.1 ผู้ถีบสามล้อควรมีความกระตือร้นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
1.2 ผู้ถีบสามล้อควรมีความขี้มเข้ม แจ่มใสในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
1.3 ผู้ถีบสามล้อควรมีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว					
1.4 ผู้ถีบสามล้อควรมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
1.5 ผู้ถีบสามล้อไม่ควรดื่มสุราหรือสูบบุหรี่ ทั้งก่อนและในขณะที่บริการนักท่องเที่ยว					
1.6 ควรมีเครื่องแต่งกายเฉพาะสำหรับผู้ถีบสามล้อที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
1.7 ผู้ถีบสามล้อควรมีการแต่งกายที่สะอาดและ เรียบร้อย					
1.8 ผู้ถีบสามล้อควรมีความสุภาพ อ่อนน้อม และพูดจาดีแก่นักท่องเที่ยวที่ให้บริการ					
1.9 ผู้ถีบสามล้อควรมีคำทักทายนักท่องเที่ยวที่เป็นภาษาท้องถิ่น					
1.10 ผู้ถีบสามล้อควรสื่อสารภาษาต่างชาติได้บ้างเพื่อการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ					

ทัศนคติที่มีต่อสามล้อถีบ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย					
2.1 ควรมีจุดจอดสามล้อถีบที่ชัดเจน เหมาะสม และเป็นระเบียบสำหรับบริการนักท่องเที่ยว					
2.2 ควรมีจำนวนรถสามล้อที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว					
2.3 รถสามล้อที่ใช้บริการนักท่องเที่ยวควรอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมให้บริการ					
2.4 ควรมีการคัดเลือกรถสามล้อถีบเพื่อช่วยเพิ่มความเร็วและผ่อนแรงผู้ถีบสามล้อ					
2.5 ผู้ถีบสามล้อควรมีบัตรประจำตัวรถสามล้อบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการ					
2.6 ควรจัดให้มีเส้นทางนำเที่ยวของสามล้อถีบ โดยเฉพาะแยกจากเส้นทางรถยนต์เพื่อความปลอดภัย					
2.7 ผู้ถีบสามล้อควรได้รับการอบรมเรื่องกฎจราจรและปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด					
2.8 ควรมีป้ายที่แสดงเส้นทางรถท่องเที่ยว และจุดจอดของรถสามล้อที่ให้บริการ					
2.9 ควรมีไฟฟ้าส่องสว่างในยามค่ำคืนในเส้นทางของสามล้อนำเที่ยว					
2.10 ควรมีสุนัขบริการหรือผู้ประสานงานติดต่อผู้ถีบสามล้อให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ					

ทัศนคติที่มีต่อสามล้อถีบ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์					
3.1 ผู้ถือสามล้อควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในตัวเมืองโคราช และสามารถให้ข้อมูลได้					
3.2 สามล้อถีบควรมีราคาในการบริการนำเที่ยวที่ชัดเจน และเป็นธรรม					
3.3 รถสามล้อถีบควรมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับเมืองโคราชเพื่อการจดจำของนักท่องเที่ยว					
3.4 ผู้ถือสามล้อควรแนะนำเส้นทางการนำเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวได้					
3.5 ผู้ถือสามล้อควรแนะนำร้านค้าและร้านของฝาก ของที่ระลึก และสินค้าต่างๆ ได้					
3.6 ควรมีศูนย์บริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยสามล้อถีบแก่นักท่องเที่ยว					
3.7 ศูนย์บริการควรมีคู่มือในการท่องเที่ยวโดยสามล้อถีบ ให้แก่นักท่องเที่ยว					
3.8 ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริการนำเที่ยวของสามล้อถีบในสื่อต่างๆ					
3.9 หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมสามล้อถีบในด้านการบริการการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง					
3.10 หน่วยงานภาครัฐควรจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนำสามล้อถีบเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยอย่างสม่ำเสมอ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

**ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลา และให้ความร่วมมือ
ในการตอบแบบสอบถามชุดนี้**

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวณัฐนพิน ศรีราชเลา
วันเดือนปีเกิด	14 เมษายน 2525
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	480/4 หมู่ที่ 2 ซอย 1 ถ. สุรนารายณ์ ต. บ้านเกาะ อ. เมือง จ. นครราชสีมา 30000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 บริหารธุรกิจ สาขาการเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2547 – 2549 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตำแหน่ง การเงินและบัญชี ระดับ 2 พ.ศ. 2550 – 2551 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตำแหน่ง การเงินและบัญชี ระดับ 3 พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตำแหน่ง นักวิชาการเงินและบัญชี