

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ  
การดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ  
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา



จันทนา จันทรโชติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขายุทธศาสตร์การพัฒนาศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

**The Factors Relating to the Satisfaction of Tourists with  
the Implementation of the Package-Tour Service by  
Tourist Entrepreneurs in Songkhla Province.**

**Jantana Jantarachote**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
The Degree of Master of Arts Program in Development Strategy  
Graduate School  
Songkhla Rajabhat University**

**B.E. 2551 (2008 A.D.)**

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.บัญชา สมบูรณ์สุข มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำในการเขียนวิทยานิพนธ์ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย ผลพฤกษ์ไพโร มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยกระตุ้นเร่งเร้าให้คำปรึกษาและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องทั้งในการเขียนด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ความสำเร็จที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้นั้น ด้วยความช่วยเหลือของอาจารย์ทุกท่านที่ชี้แนะแนวทางมาสู่จุดสำเร็จ ณ วันนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.พรเลิศ อาภาภูทัต และอาจารย์สุระพรรณ จุลสุวรรณ ที่คอยชี้แนะ ตักเตือนและแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้กับศิษย์มาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ดร.เรวดี กระจะโหมวงษ์ ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและตรวจทานวิทยานิพนธ์ให้ ในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ คุณวริต วิชิตอัครา เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวที่วภาคใต้ เขต 1 ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ รวมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณกษรณ ชีวรุ่งโรจน์ที่คอยเป็นกำลังใจ จนทำให้ข้าพเจ้ามีกำลังใจและมีแรงผลักดันในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้และขอขอบคุณ คุณอัลดา รักคล้าย และเจ้าหน้าที่ หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีเนื้อหาสาระถูกต้องครบถ้วนบริบูรณ์

และท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดามารดา ตลอดจนญาติพี่น้อง และมีตราสหายทุกท่านที่เป็นกำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การศึกษาครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

จันทนา จันทร โชติ

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา
ผู้วิจัย	นางสาวจันทนา จันทรโชติ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา ยุทธศาสตร์การพัฒนา
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.บัญชา สมบูรณ์สุข
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสมัย ผลพุกภัยไพโร

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และเพื่อเสนอแนะยุทธศาสตร์การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 326 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 34.66 ปี นับถือศาสนาพุทธ สถานภาพโสด ส่วนใหญ่รับราชการ รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาท เคยใช้บริการการท่องเที่ยว เฉลี่ย 2-3 ครั้ง โดยส่วนใหญ่ใช้บริการท่องเที่ยวกับเพื่อนฝูง ได้รับข่าวสารโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากเพื่อนมากที่สุด ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการศึกษาความพึงพอใจ สามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ โรงแรม/ที่พัก การต้อนรับของพนักงาน รถ/พาหนะที่บริการ มีคุณภาพ และโปรแกรมสถานที่ที่นำเสนอ 2) ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความปลอดภัย ระบบประกันอุบัติเหตุ การติดต่อสื่อสาร สาธารณูปโภค ระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง คุณภาพการให้บริการในการจัดการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว การให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เส้นทางเดินทาง การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย และโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการ

และ 3) ความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ การให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น แผนที่นำเที่ยว การร่วมกิจกรรม/สันทนาการในระหว่างการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความพึงพอใจในทุกประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ ประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน

การศึกษาปัญหาในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวประสบได้แก่ เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัดไม่พอเพียงทำให้ไม่ค่อยได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ รองลงมาเป็นการจัดนำเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามโปรแกรมนำเสนอ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวน้อย สาธารณูปโภคในการท่องเที่ยวไม่พร้อม แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะให้ควมรู้ราคาแพงเมื่อเทียบกับการบริการที่นำเสนอ ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย อาหารไม่ถูกปาก ในขณะที่ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการนำเที่ยว และมีข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับเวลาเที่ยวชมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ควรมีการแจ้งและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เที่ยวชม มีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยว ในขณะที่ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ในขณะที่ข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดได้แก่ ปรับปรุงระบบความปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยว

**Thesis Title** : The Factors Relating to the Satisfaction of Tourists with the Implementation of the Package-Tour Service by Tourist Entrepreneurs in Songkhla Province.

**Researcher** : Miss Jantana Jantarachote **Academic year** : 2008

**Degree** : Master of Arts Program in Development Strategy.

**Thesis advisors** : 1. Associate Professor Dr. Buncha Somboonsuke  
2. Assistant Professor Dr. Pissamai Polprukprai

### **Abstract**

The objectives of this research were to study economic and social conditions, the patronizing of package-tour service by clients, and the factors relating to the clients' satisfaction with the implementation of the package-tour service, as well as to propose a strategy of package-tour service to be provided by tourist entrepreneurs in Songkhla Province. The research made use of descriptive and quantitative research techniques by administering a questionnaire to a sample group of 326 tourists from state and private agencies as well as tourists in general who patronized the package-tour service offered by tourist entrepreneurs in Songkhla Province.

The findings of the study were as follows. Most of the tourists were female and single, 34.66 years of age on the average, and professed Buddhism. Most were in government service, with employees of private firms being next in line. Most held bachelor's degrees, earned more than 20,000 baht on the average, had made use of tourist service two-three times before, most going with friends, and received information on a tour program from friends most of all. As a whole, this kind of service was considered appropriate at a moderate level.

From the study of satisfaction, three levels of satisfaction could be classified: 1) at a high level was the satisfaction with hotels/accommodations, reception by personnel, car/vehicle service, guides, and tour programs offered; 2) at a moderate level was the satisfaction with safety, accident insurance system, communications, public utilities, travel regulations and procedures, quality of tourist service, expenses and prices, public relations, the educational side of tours, detailed information on tourist sites such as routes, ways of overcoming problems and obstacles, service rendered and promotion after sale, and programs as offered by entrepreneurs; and 3) at a

low level was the satisfaction with souvenirs/special prizes, detailed information available on tourists spots such as tourist maps, participation in activities/recreational programs in the course of a tour, and being a part of a tour. As a whole, the satisfaction on all counts was found to be at a moderate level.

The factors relating to the clients' satisfaction with the said service were age, experience in that kind of service, availability of conveniences, behaviors of tour entrepreneurs, and human relations on the part of these entrepreneurs, thus confirming the hypothesis.

The problems studied regarding the said service were as follows. The foremost problem experienced by tourist clients was that the time provided was insufficient for tourists to learn fully from tourist spots. Next in line were these problems: a tourist program deviating from what had been proposed, scarce data and information on tourist sites, inadequate public utilities provided on a tour, too sparse data on some tourist spots to be educational, too expensive service compared to what is actually offered, little warmth between guides and tourists, and unappetizing food. The problem that was found the least was about tour guides not solving problems while on duty. These suggestions were made. Tour entrepreneurs should arrange programs so that an adequate amount of time is devoted to each tourist spot. Next in importance were the following: tourists should be notified of places they are about to visit, with information provided about them; tourists on a tour should be helped with problems; and measures should be provided to improve public utilities and facilities during a tour. The suggestion least found was about improving a safety system on the course of a tour.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	(3)
กิตติกรรมประกาศ .....	(5)
สารบัญ .....	(6)
สารบัญตาราง .....	(9)
สารบัญภาพ .....	(10)
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
ตัวแปรที่ศึกษา .....	5
สมมติฐานของการวิจัย .....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>8</b>
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ .....	12
การท่องเที่ยว .....	19
องค์ประกอบในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษา .....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	25
.....	



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>45</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	45
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล .....	47
เครื่องมือและการวัดเครื่องมือในการวิจัย .....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	53
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>54</b>
ตอนที่ 1 สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการ การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา .....	54
สภาพเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	55
การใช้บริการท่องเที่ยว .....	58
พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	60
มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	61
การได้รับข่าวสาร .....	62
ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	63
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการ การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ในจังหวัดสงขลา .....	66
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ การดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา .....	77

.....  
ตอนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะ และยุทธศาสตร์การปรับปรุงการให้  
บริการท่องเที่ยว  
.....



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5	สรุป	อภิปรายผล	และข้อเสนอแนะ	หน้า
	.....			78
	สรุปผลการศึกษา	.....		78
	อภิปรายผล	.....		84
	ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์	.....		86
บรรณานุกรม	.....			91
ภาคผนวก	.....			96
ประวัติผู้วิจัย	.....			131

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจาก ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา .....	7
4.1 สภาพเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	55
4.2 ประสิทธิภาพและลักษณะการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ จากบริษัทนำเที่ยวของผู้รับบริการท่องเที่ยวในปัจจุบัน .....	58
4.3 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	59
4.4 ความเหมาะสมของรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	60
4.5 ความเหมาะสมด้านพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	60
4.6 ความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ .....	61
4.7 สื่อที่ผู้รับบริการได้รับข่าวสารมากที่สุด .....	62
4.8 ความถี่ที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อ .....	62
4.9 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จในด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก .....	63
4.10 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จด้านราคาข้อเสนอแก่ลูกค้าและการจัดการ .....	64
4.11 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา .....	65
4.12 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา .....	66
4.13 แสดงค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการ การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย .....	72
4.14 ปัญหาในการใช้บริการการท่องเที่ยว .....	76
4.15 ข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จ .....	77

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
2 องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยว .....	27
3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	43



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ (Service Industry) ประเภทหนึ่งที่สามารถทำรายได้หลักให้กับประเทศไทยมาตั้งแต่ พ.ศ.2525 และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงอีกหลายประเภท เช่น โรงแรมและที่พัก ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การค้าขายของที่ระลึก เป็นต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและมุ่งเน้นสร้างรายได้สำคัญต่อสาขาอาชีพผู้ให้บริการนำเที่ยว

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวจำนวนมากเพิ่มขึ้น เพราะมีการลงทุนในกิจการน้อยแต่ผลกำไรสูง ประกอบกับประชาชนให้ความสนใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวทั้งใน และนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น ลูกค้านักท่องเที่ยว ก็จะเป็กลุ่มหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ต้องการนำคณะออกเดินทางไปศึกษาดูงานหรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่จัดคณะกันไปทัศนศึกษาต่างประเทศ ซึ่งการออกเดินทางจะมีจุดมุ่งหมายแตกต่างกันไป มีผลทำให้บริษัทนำเที่ยวเล็งเห็นถึงความสำคัญของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วกลับมาเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้นการให้บริการที่มีกลยุทธ์รูปแบบใหม่ที่บริษัทนำเที่ยวทุก ๆ บริษัทต้องพัฒนาได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการให้บริการ การจัดทำสื่อโฆษณา การปรับเปลี่ยนการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลท่องเที่ยวและรายการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ที่สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่เริ่มต้นออกเดินทางท่องเที่ยว ให้เกิดทัศนคติที่ดีระหว่างบริษัทผู้ให้บริการ ทั้งก่อนและหลังการขาย ซึ่งการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่หลากหลายรูปแบบมีผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้านราคาและสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ติดตามและพร้อมที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และมีการแข่งขันกันสูงในระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้วยกันเอง ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเรื่องราคา คุณภาพดี การให้บริการหลังการขายเยี่ยม แม้ว่าราคาจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพในการให้บริการเป็นหลัก แต่ก็ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ให้บริการท่องเที่ยวด้วยว่าจะสร้างความประทับใจ และทัศนคติที่ดีแก่ลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องของการบริการได้อย่างไร

ในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในปัจจุบันมีการกำหนดขอบเขตรูปแบบการซื้อขาย ทั้งรูปแบบรายการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และราคาตามที่ถูกค้าต้องการ เพียงแต่ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ว่าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่มักจะมีการสำรวจราคาและบริการนอกเหนือจากที่เคยใช้บริการมาแล้ว จึงทำให้โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการที่เดิมลดน้อยลงจะทำให้ต้นทุนภายในองค์กรและผลกำไรของยอดขายรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความไม่สมดุลกันและจะทำให้เกิดผลกระทบต่อการทำงาน ประกอบกับคู่แข่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ทางเลือกของลูกค้าก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน จึงขึ้นอยู่กับการวางแผนยุทธศาสตร์รายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของแต่ละบริษัทว่าจะสามารถเอาชนะใจลูกค้าได้ด้วยวิธีใด เพราะการที่จะขายรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจะมีองค์ประกอบหลายส่วน ได้แก่ ต้นทุนราคาวัตถุดิบและการให้บริการ

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่สำคัญชายฝั่งทะเลอ่าวไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย และเป็นจังหวัดศูนย์กลางทั้งเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาคใต้ ในปัจจุบันจังหวัดสงขลาที่มีผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ให้บริการการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมากกว่า 300 ราย แต่อย่างไรก็ตามในการให้บริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จยังไม่เคยประเมินความพึงพอใจในการให้บริการการท่องเที่ยวด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เพื่อหารูปแบบและยุทธศาสตร์ในการจัดการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา
- 2.4 เพื่อเสนอแนะยุทธศาสตร์การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

### 3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จำนวน 1,773 คน โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 ถึงเดือนมีนาคม 2551

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทราบถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.2 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.3 ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

4.4 เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้นไป

### 5. การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานตามกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**สมมติฐานที่ 2** ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา



**สมมติฐานที่ 3** การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**สมมติฐานที่ 4** รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**สมมติฐานที่ 5** พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**สมมติฐานที่ 6** มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**สมมติฐานที่ 7** การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 การจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวที่ครบวงจรของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยมีตั้งแต่การบริการที่มีการจัดเตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถบัส มัคคุเทศก์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

**6.2 ผู้รับบริการ** ได้แก่ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้รับบริการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ที่ใช้บริการตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2549

**6.3 รายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวตามที่บริษัทกำหนดไว้เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย วันที่ เวลา กิจกรรม ข้อกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ

**6.4 มัคคุเทศก์** หมายถึง มัคคุเทศก์ หรือผู้ที่นำนักท่องเที่ยวออกเดินทาง ภายใต้เงื่อนไขของโปรแกรมรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**6.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

**6.6 อายุ** หมายถึง อายุของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2549

**6.7 ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง จำนวนครั้งที่ผู้รับบริการเคยใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**6.8 การบริการ** หมายถึง การให้บริการในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายก่อนและระหว่างดำเนินการให้แก่ลูกค้า เช่น สถานที่อุปกรณ์การใช้งานที่ทันสมัยให้กับนักท่องเที่ยว และการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

**6.8.1 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง ระดับความสะดวกที่ได้รับการอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ ด้านพาหนะนำเที่ยว โรงแรม/ที่พัก สาธารณูปโภค ข้อมูลที่ได้รับ/คำชี้แจง การต้อนรับที่อบอุ่น มัคคุเทศก์ ระบบความปลอดภัย และการคมนาคม/สื่อสาร

**6.8.2 รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว** หมายถึง ความเหมาะสมของรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว เช่น ความสมบูรณ์ของโปรแกรม ความเหมาะสมของราคา และความยืดหยุ่นของโปรแกรม

**6.8.3 พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้ การแก้ปัญหาของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และความคล่องตัวและการสร้างความเข้าใจ

**6.8.4 มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** หมายถึง ความเป็นกันเอง ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง การประณีตประนอมเมื่อเกิดปัญหา ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า และการแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**6.8.5 การได้รับข่าวสาร** หมายถึง ความถี่ของข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการได้รับจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จผ่านทางแผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อน และการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ

**6.9 ความพึงพอใจ** หมายถึง การที่ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเกิดความพึงพอใจในการให้บริการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ได้แก่ การบริหารจัดการ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

**6.9.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง ระดับความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจัดให้กับผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**6.9.2 คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท** หมายถึง ภาพรวมในการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ผู้รับบริการประเมินแล้วว่า มีประสิทธิภาพ เช่น ราคาถูก บริการดี และแก้ปัญหาได้ เป็นต้น

**6.9.3 ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว** หมายถึง ระดับราคาที่ผู้รับบริการต้องจ่ายเมื่อใช้บริการโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**6.9.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ หนังสือ เป็นต้น

**6.9.5 การส่งเสริมและให้ความรู้ในระหว่างการท่องเที่ยว** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับผู้รับบริการในระหว่างการท่องเที่ยว

**6.9.6 รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในการให้รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผนที่ เส้นทางการเดินทาง เป็นต้น

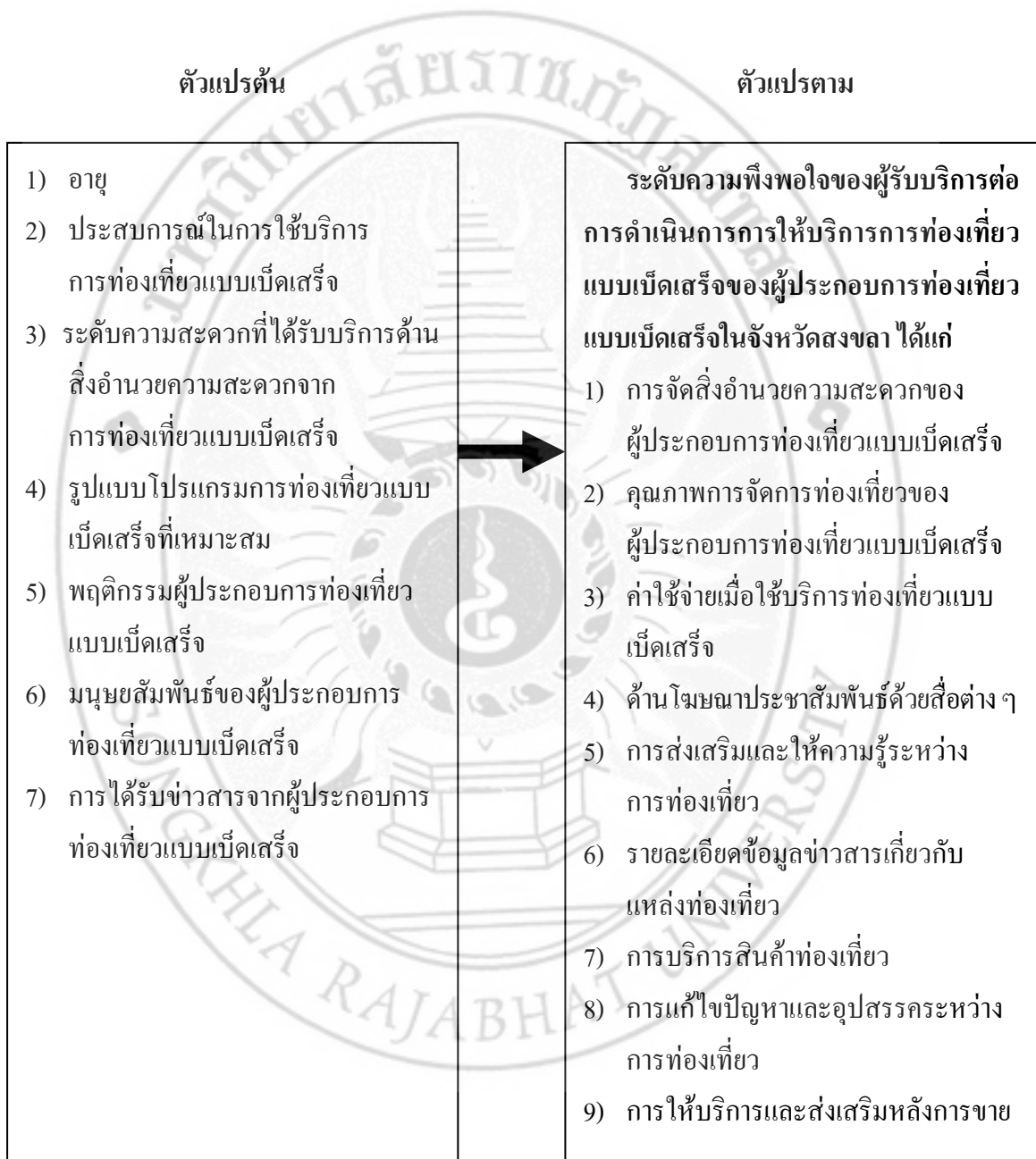
**6.9.7 การบริการสินค้าท่องเที่ยว** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้ผู้รับบริการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม สันทนาการระหว่างการเดินทางให้แก่ผู้รับบริการ และยังหมายรวมถึงประสบการณ์การดำเนินงานของบริษัทด้วย

**6.9.8 การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคให้แก่ผู้รับบริการได้ทุกสถานการณ์ตลอดเส้นทางการเดินทาง

**6.9.9 การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการเป็นที่น่าพึงพอใจ และมีการบริการอย่างต่อเนื่องหลังการขายโปรแกรมสิ้นสุดลง

## 7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการตรวจสอบเอกสารศึกษาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์และสรุปและเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกประเด็นนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. การท่องเที่ยว
  - 3.1 ความหมาย ประเภทของการท่องเที่ยว
  - 3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
  - 3.3 สภาพการท่องเที่ยว
  - 3.4 การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว
  - 3.5 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ
  - 3.6 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
  - 3.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอดีตและปัจจุบัน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

##### 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ (satisfaction) ได้ถูกศึกษาตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษ ยุโรป รวมทั้งอเมริกา โดยหัวข้อเรื่องที่สำคัญที่มักถูกศึกษาได้แก่ การมุ่งตอบคำถามที่ว่าทำอะไรจึงจะเอาชนะความจำเจ และน่าเบื่อของงาน ในช่วงตอนต้นของศตวรรษที่ 1920 ก็มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยการจ่ายอัตราค่าจ้างการทำงานเป็นรายชิ้น การมีช่วงเวลาในการพักการทำงาน การทำให้งานมีความแตกต่างหลากหลายกันออกไป เน้นการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจก็ได้รับสนใจเพิ่มมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน ซึ่งจากการสำรวจแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Stuart Oskamps (อ้างถึงใน ยุวภรณ์ ชูพรหม 2544 : 9) พบว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 นัย คือ

1) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้

2) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ

3) ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองความต้องการ

จากความหมายทั้ง 3 นัย ดังกล่าว Stuart Oskamps เห็นว่าได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีที่ว่าด้วยความพึงพอใจต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญคือ

- 1) ตามความหมายแรก อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories)
- 2) ตามความหมายที่ 2 อยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และ
- 3) ตามความหมายที่ 3 อยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่องานของตนเองเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปศึกษาในเชิงการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ประกอบไปด้วย บุคคล 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายแรก ได้แก่ ผู้ที่อำนาจหน้าที่ในการให้บริการ ฝ่ายที่ 2 ได้แก่ ผู้รับบริการ โดยสามารถศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการได้

ดังที่ Herbert Simon (อ้างถึงใน ยุวกรณ์ ชูพรหม 2544 : 10) กล่าวว่าไว้ว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดได้นั้น สามารถพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (input) กับผลผลิต (output) ที่ได้รับออกมารวมกับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O-I)+S$$

โดยที่ E = ประสิทธิภาพของงาน (Efficiency)

O = ผลผลิตที่ได้รับออกมา (Output)

I = ปัจจัยนำเข้าที่ใส่เข้าไป (Input)

และ S = ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)

Chaplin (อ้างถึงใน ดวงฤดี เสือสิงห์ 2548 : 7) ให้ความหมายความพึงพอใจหรือความพอใจ (satisfaction) ในภาษาอังกฤษตามพจนานุกรมว่า ทางด้านจิตวิทยา ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่รับบริการและสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้เข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ

อนิรุทธ ทองจันทร์ (2537 : 16) ได้สรุปไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง หากมีความเครียดมากจะมีความไม่พอใจเกิดขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากความต้องการได้รับการตอบสนอง ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ชรีณี เชนจินดา (อ้างถึงใน ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล 2541 : 6-7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ทักษะคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจของมนุษย์จะได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

มณีวรรณ ตันไทย (2533 : 66-69) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในทางที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ สถานการณ์เมื่อสิ่งเหล่านี้ตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคลนั้น ความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ในส่วนของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จท่องเที่ยว ต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การลงทะเบียนจนกระทั่งถึงการจ่ายเงิน และที่สำคัญจะได้รับการประเมินผลในการดำเนินงานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำผลมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานและส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเป็นประจำ จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

## 1.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546 : 5) ได้กล่าวไว้ในคู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ในธุรกิจหนึ่ง ๆ นั้น หนทางหนึ่งที่จะพาเราไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้นั้น คือ การได้มีการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรดีขึ้นรวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้าก็สูงขึ้นตามด้วย

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าคืออะไร คือ การที่ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหมายของพวกเขา นั่นเอง

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (อึ้งใน อนิสรา เกลียงอุบล 2546 : 7-8) ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น องค์กรจะต้องแยกความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า ความต้องการดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับ ราคา คุณภาพ การส่งมอบและบริการ การวัดความพึงพอใจของลูกค้าอาจแตกต่างกันในด้านวิธีการ เครื่องมือที่ใช้ และชนิดของข้อมูลที่เก็บ วิธีนิยมใช้ทั่วไปคือ การรับความคิดเห็นจากลูกค้า และการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระยะๆ โดยการใช้เครื่องมือวัดต่างๆ เช่น แบบฟอร์ม ข้อคิดเห็น แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เป็นต้น ตัวชี้วัดที่ควรทราบคือ สัดส่วนของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำ เพราะตัวชี้วัดจะสะท้อนถึงความพึงพอใจของลูกค้า องค์กรที่ต้องการอยู่รอดในระยะยาวจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นลูกค้าควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรการมุ่งเน้นที่ลูกค้า หมายถึงองค์กรต้องหาความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและอนาคต และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยต้องเข้าใจถึงความคาดหวังของลูกค้าด้วย

องค์กรที่มุ่งเน้นที่สร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้ามีลักษณะดังนี้

- 1) เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องสินค้าและบริการ
- 2) สามารถสนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในองค์กรได้สมดุลกัน
- 3) มีการสื่อและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้บุคลากรในองค์กรทราบอย่างทั่วถึง
- 4) มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและนำผลที่ได้นำมาปรับปรุงองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) มีการวางแผนและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าระยะยาว

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อผู้รับบริการได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากผู้รับบริการแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น องค์กรจะต้องแยกความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกลุ่มให้ได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการหลักๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้ และจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ ดังนี้



- 1) ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ที่พัก ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ มัคคุเทศก์นำเที่ยว ของที่ระลึก/รางวัล พิเศษ ระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง และการต้อนรับของพนักงาน
- 2) ความพึงพอใจต่อการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท
- 3) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเหมาะสมของราคา คุณภาพการให้บริการ
- 4) ความพึงพอใจต่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์
- 5) ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว
- 6) ความพึงพอใจต่อรายละเอียดการท่องเที่ยว
- 7) ความพึงพอใจต่อบริการสินค้าท่องเที่ยว
- 8) ความพึงพอใจต่อการแก้ปัญหาและอุปสรรค
- 9) ความพึงพอใจต่อการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย
- 10) ความพึงพอใจต่อโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ ราคา สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก เวลา และระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนด

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

### 2.1 ความหมายการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (อ้างถึงใน ประภาสรัตน์ ฉายศิริพันธ์ และสิริวรรณ หยกวิจิตร 2547 : 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่างๆ สมิต สัจจกร (2542 : 13-14) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการก็เป็นการให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

วีระพงษ์ เถлимจิระรัตน์ (2539 : 7-8) ได้นิยามคำว่า การบริการ คือ กระบวนการ/กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการนั้น

ในทางวิชาการ คำว่า บริการ (Service) ยังนิยามได้ว่า

บริการ = กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ผลิตออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบหรือ  
อรรถประโยชน์หรือเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา (Service = Economic Activities that Produce, Time,  
Place Form or Psychological Utilities)

Weber (อ้างในกาญจนา กังแฮ, 2545 : 26) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะ  
ให้การบริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึง  
ตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษทุกคน ได้รับ  
การปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ (อ้างถึงใน กาญจนา กังแฮ 2545 : 27) ได้ให้ความหมายของการ  
ให้บริการสาธารณะว่า การที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ  
ให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อการให้บริการสาธารณะ  
แก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมมีองค์ประกอบ  
ที่สำคัญ 6 ส่วนคือ (1) สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ (2) ปัจจัยที่นำเข้าหรือทรัพยากร (3) กระบวนการ  
และกิจกรรม (4) ผลผลิตหรือบริการ (5) ช่องทางการให้บริการและ (6) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2540 : 6) กล่าวว่า การบริการประชาชนโดยหน่วยงานของรัฐเป็น  
การอำนวยความสะดวกที่หน่วยงานของรัฐจัดให้แก่ประชาชน ทั้งนี้หน่วยงานอาจกำหนดให้ประชาชน  
ไปรับบริการที่หน่วยงานของรัฐหรืออาจส่งเจ้าหน้าที่ออกไปให้บริการในจุดที่สะดวกสำหรับประชาชนก็ได้

จากความหมายของการให้บริการ อาจสรุปได้ว่า การให้บริการการท่องเที่ยง หมายถึง การ  
ปฏิบัติงานที่อำนวยความสะดวก รวดเร็วให้แก่ผู้รับบริการ โดยให้การปฏิบัติต่อผู้รับบริการเสมอ  
เหมือนกันและคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการ

## 2.2 หลักการให้บริการ

Millet, John D. (อ้างถึงใน กาญจนา กังแฮ 2545 : 25) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญ  
ในการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้าง  
ความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่ามีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้คือ

1) การให้บริการอย่างเสมอภาค เช่น ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐาน  
คติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนี้ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้  
ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน  
ในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการ  
ให้บริการเดียวกัน

2) การให้บริการอย่างทันเวลา ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวน การให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม The Right Quantity at The Geographical มิฉะนั้นเห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะ ไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งสำหรับให้บริการ ไม่เหมาะสมสร้างความไม่ยุติธรรมให้แก่ผู้รับบริการ

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้ และ

5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถจะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ถาวร โปธิสมบัติ (2535 : 14-15) ได้สรุปว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ เพื่อบริการประชาชนให้ดีที่สุด ตรงตามเป้าหมายของรัฐตามหลักการต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นข้อศึกษาประกอบด้วยหลักความสะดวก หลักความรวดเร็ว หลักความเสมอภาค และหลักความเป็นกันเอง ซึ่งมีแนวความคิดดังต่อไปนี้

1) หลักความสะดวก เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการได้ทราบ ว่า ผู้ใดเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานใด ทำหน้าที่อะไร ซึ่งเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มารับบริการ โดยการต้อนรับด้วย อธิยาศัยไมตรีอันดี ใช้กริยาวาจาที่สุภาพเรียบร้อย ไม่ขู่ตะคอก ไม่แสดงกริยามารยาทที่เป็นดูหมิ่นเหยียดหยาม

2) หลักความรวดเร็ว เป็นการให้ความสะดวกรวดเร็วแก่ประชาชนที่มารับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องรีบดำเนินการทันทีโดยไม่ชักช้า เพราะผู้มารับบริการส่วนใหญ่เมื่อการรอคอยหรือเสียเวลาที่รอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ หากให้บริการไม่ได้ก็ต้องชี้แจงให้ผู้มารับบริการทราบและเข้าใจอย่างถ่องแท้

3) หลักความเสมอภาค เป็นการให้ความยุติธรรมและความเสมอภาค เจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามระเบียบ ข้อบังคับ และอำนาจหน้าที่โดยเคร่งครัดให้บริการทุกคนด้วยความยุติธรรมและความเสมอภาค ไม่แบ่งพรรคแบ่งพวก บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการด้วยความเท่าเทียมกัน ใครมาก่อนก็ให้บริการก่อน ตามลำดับก่อนหลัง

4) หลักความเป็นกันเอง เป็นการให้บริการประชาชนเมื่อมาขอรับบริการ เจ้าหน้าที่จะต้องให้ความเอื้ออาทร เพื่อให้เกิดความประทับใจ โดยแสดงการต้อนรับด้วยความสุภาพเรียบร้อย ให้บริการด้วยความเต็มใจ เห็นอกเห็นใจ และเป็นกันเอง

หลวงศุภชัย บุตร (2536 : 11-14) ได้เสนอหลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกที่จะต้องเป็นไปตามหลักการ ซึ่งอาจเรียกง่ายๆ ว่า หลัก Package Service ดังนี้

1) ยึดการตอบสนองความต้องการจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผน และมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการ

2) การกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

3) การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะทำให้สามารถให้บริการได้ ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการ ซึ่งได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการ และการนำบริการไปสู่ผู้ที่สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย

4) การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่ง ก็คือ ความเสร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก ซึ่งลักษณะที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกินสองครั้ง (คือมารับเรื่องที่แล้วเสร็จอีกครั้งหนึ่ง)

5) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่จะให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อการให้บริการของรัฐต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจกัน

6) การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้นไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่นโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ

7) ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อข้าราชการและการติดต่อกับทางราชการ อันจะทำให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้ง่ายยิ่งขึ้น

8) ความเสมอภาค การให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่จะต้องให้บริการแก่ประชาชนโดยเสมอภาคกัน ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้ การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณ์ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่า ความเสมอภาคในการให้บริการและการให้บริการต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศเป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากรัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น

ชุมพล สังขปริษา (2531 : 222-223) ได้กล่าวถึง การให้บริการของรัฐว่า เพื่อให้เกิดความร่วมมือด้วยดีระหว่างประชาชนกับรัฐ ควรคำนึงถึงหลัก 3 ประการ คือ **หลักเพื่อประโยชน์สาธารณะ** มีเป้าหมายที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์สุขแก่ประชาชน และบทบาทหน้าที่ที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนได้แก่ เป็นกลไกปกครองดูแลประชาชนให้ปฏิบัติตามครรลองของกฎหมาย และ กลไกจัดสรรทรัพยากรและบริการพื้นฐานทางสังคม **หลักการบริการประชาชน** การบริการประชาชนเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องบริการประโยชน์สาธารณะ รัฐจะต้องมีหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ แก่ประชาชน เช่น การรักษาความสงบเรียบร้อยและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในสังคม การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม การรักษาสิทธิมนุษยชนโดยกฎหมาย การป้องกันประเทศ การให้สิ่งตอบแทนแก่สมาชิกในสังคมที่ทำประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง การออกกฎหมายสวัสดิการแก่ผู้ใช้แรงงาน การระดมทรัพยากร ได้แก่ การศึกษาแก่เยาวชนแบบให้เปล่า การวางแผนใช้พลังงานและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาและวางแผนชุมชนเมือง การใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาล การใช้จ่ายงบประมาณระดับท้องถิ่น การจัดทำบริการสาธารณะ เป็นต้นและ **หลักการบริการในด้านการบริการประชาชน** รัฐมีเป้าหมายการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน เจ้าหน้าที่ขององค์การของรัฐจึงต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนในรูปแบบต่างๆ ตามกฎหมายและนโยบายขององค์การของรัฐ ทั้งนี้ด้วยการบริหารงานการบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยหัวใจบริการ (Service Minded) ในลักษณะที่เจ้าหน้าที่ของรัฐบริการประชาชนอย่างดี และประชาชนเดินออกจากองค์การของรัฐ ไปอย่างสบายอกสบายใจ ผลที่ได้จากการบริหารงานของรัฐดังกล่าว จะทำให้ประชาชนพอใจและทำให้เกิดความร่วมมือกับรัฐ

กล่าวโดยสรุป หลักการให้บริการที่พึงประสงค์ ผู้รับบริการจะต้องได้รับการที่ สะดวก รวดเร็ว มีความเสมอภาค เพื่อสร้างทัศนคติความสัมพันธที่ดีระหว่างผู้ให้บริการกับ ผู้รับบริการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

### 2.3 ประสิทธิภาพในการให้บริการ

จรัส สุวรรณมาลา (2539 : 10-12) ได้อธิบายถึง ประสิทธิภาพในการให้บริการควรมี ลักษณะดังนี้

- 1) ความถูกต้องตามกฎหมาย บริการที่จัดให้มีขึ้นตามกฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการ ที่บังคับให้ประชาชนต้องมาใช้บริการ เช่น บริการจัดทำบัตรประชาชน บริการรับชำระภาษีอากร เป็นต้น จำเป็นต้องควบคุมให้ถูกต้องตามระเบียบกฎหมายและดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย
- 2) ความเพียงพอ หมายถึง บริการที่มีจำนวนและคุณภาพเพียงพอกับความต้องการ ของผู้รับบริการ ไม่มีการรอคอยหรือเข้าคิวเพื่อขอรับบริการ เพราะบางหน่วยงานมีขีดความสามารถ ในการให้บริการต่ำกว่าความต้องการของประชาชน เช่น งานบริการเก็บขยะของเทศบาล ต้องมี ความเพียงพอกับความต้องการของชุมชน
- 3) ความทั่วถึง เท่าเทียม ไม่มีข้อยกเว้น ไม่มีอภิสิทธิ์ บริการสาธารณะที่ดีต้องเปิดโอกาส ให้ประชาชนในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการประเภทเดียวกัน คุณภาพเดียวกัน ได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้น เช่น การรักษาพยาบาล
- 4) ความสะดวก รวดเร็ว เชื่อถือได้ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้รับบริการจะต้อง ได้รับความสะดวก คือ สามารถใช้บริการได้ ณ ที่ต่างๆ และสามารถเลือกใช้ชีวิตได้หลายแบบ ตามสภาพของผู้รับบริการ เช่น ประชาชนสามารถชำระภาษีอากรและค่าบริการต่างๆ ได้โดยผ่าน ระบบธนาคาร ความสะดวกอาจพิจารณาได้จากกระบวนการให้บริการ เช่น การจัดให้มีจุดให้บริการ เพียงจุดเดียว (One-Stop-Service) สำหรับความรวดเร็วที่เป็นอีกด้านหนึ่งของคุณภาพ การ ให้บริการประชาชนจะต้องได้รับการทันที โดยไม่ต้องรอคิวคอยรับบริการนานเกินควร เช่น การ ไปรับการรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลของรัฐ ควรจะสามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลได้ทันที ส่วนความน่าเชื่อถือได้ของระบบบริการ บริการจะต้องมีความต่อเนื่อง สม่่าเสมอ มีระเบียบแบบ แผน การให้บริการที่แน่นอน คาดการณ์ล่วงหน้าได้แน่นอน เป็นที่พึงพาของผู้รับบริการได้เสมอ และมีโอกาสเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด

5) ความได้มาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาการ การให้บริการบางประเภทจะต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญทางเทคนิค หรือทางวิชาการ เช่น บริการทางการแพทย์ การเงิน การบัญชี กฎหมาย วิศวกรรม เป็นต้น บริการดังกล่าวนี้จะมีคุณภาพดีก็ต่อเมื่อมีบุคลากรและกระบวนการให้บริการที่ได้มาตรฐานทางเทคนิคและวิชาการเท่านั้น

6) การเรียกเก็บค่าบริการที่เหมาะสม ต้นทุนการให้บริการต่ำ บริการที่ดีต้องมีค่าบริการที่เหมาะสม ไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มซึ่งจำเป็นต้องใช้บริการถูกกีดกัน เพราะราคาแพงเกินไปจนไม่สามารถใช้บริการได้ นอกจากนี้ยังต้องมีระบบการจัดการบริการที่มีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและมีค่าบริการไม่สูงเกินไป

7) ความพอใจ/ประทับใจของผู้รับบริการ บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นที่พึงพอใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการส่วนใหญ่ด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 342) กล่าวว่า คุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ (Service quality) จะมีลักษณะดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2) การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

3) ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานที่รับผิดชอบ

4) ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีความวิจิตรถนอมรอบคอบ

5) ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

6) ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7) การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8) ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/known customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จึงสรุปได้ว่าการจะทำให้ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเกิดความพึงพอใจสูงสุดได้นั้น ผู้ให้บริการจกต้องคำนึงคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการตามหลักดังกล่าวข้างต้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสม

### 3. การท่องเที่ยว

#### 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ ซึ่งพอประมวลได้ดังนี้ องค์การสหประชาชาติ (อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 11) ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1) การเดินทาง (travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2) จุดหมายปลายทาง (destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3) ความมุ่งหมาย (purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 11-12) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ



- 1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวร ไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 2) การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
- 3) การเดินทางและพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำและในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
- 4) การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5) จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

สุภาพร มากแจ้ง (2534 : 5) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวครอบคลุมการเดินทางทั้งเพื่อธุรกิจและเพื่อการพักผ่อนตราบเท่าที่ผู้เดินทางมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน นิคม จารุมณี 2536 : 1) ได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวาง เพราะว่ามีได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อการสนุกสนานรื่นรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น”

วรรณ วทวณิช (2539 : 7) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่งรวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและกระบวนการที่มีความสำคัญต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน”

ชาญชัย ดวงจิตต์ (2536 : 76) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 2 ประการสรุปได้ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวคือ ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทั้งหลายในการอาศัยอยู่ของบุคคลชาวต่างประเทศในประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งมีเงื่อนไขว่าเขาเหล่านั้นจะต้องไม่อยู่อาศัย ณ ที่นั้นเป็นการถาวร เพื่อกระทำการใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชั่วคราวหรือถาวรในการที่จะได้มาซึ่งเงินทอง และ 2) การท่องเที่ยวมีความหมายทั้งในด้านของการเป็นศาสตร์และเป็นศิลป์ และเป็นธุรกิจในการสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านที่พักอาศัย และความสะอาดสบายต่างๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน ยุพดี เสดตพรรณ 2548 : 287) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ ได้แก่ 1) การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว 2) การเดินทางโดยสมัครใจ และ 3) ไม่ใช่เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่อยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริงแต่รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่อาศัยการเดินทางเป็นหลัก โดยมีความสนใจหรือมีจุดมุ่งหมายที่หลากหลายในการเดินทางไปยังที่ต่างๆ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ และเพื่อเยี่ยมเยียนญาติ เป็นต้น

### 3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งพอประมวลได้ดังนี้

นวนนิตย์ ฤทธิรักษ์ (2538 : 19-31) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ใกล้เคียงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศจำนวนมาก ซึ่งมีภูมิภาคต่างๆ ทั้งในสาขาการท่องเที่ยวและสาขาการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง นอกจากนี้ทำให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณค่าทางการท่องเที่ยวการเสริมสร้างความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างสังคมและระหว่างประเทศนำไปสู่ความสามัคคีและสันติภาพของประชากรในโลก

ชาญชัย ดวงจิตต์ (2536, 76) กล่าวถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งข้อความตอนหนึ่งว่า “....ในช่วงระยะปัจจุบันการท่องเที่ยวดูเหมือนจะเป็นความหวังอันสำคัญองรัฐบาลในการได้มาซึ่งเงินตราต่างประเทศที่จะนำมาใช้จ่ายเพื่อความเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะรัฐไม่สามารถการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยทางการกู้ยืมจากต่างประเทศได้อีก เพราะจะเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพและความมั่นคงในทางการเงินการคลังของประเทศ ดังนั้นจึงถือได้ว่าสังคมจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวค่อนข้างจะมาก โดยเฉพาะในระยะปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ที่รัฐบาลยังคงต้องดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจที่เข้มงวดและมีวินัยเพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงินการคลังของประเทศต่อไป”

สมพร มณีไมตรีจิต (2530 : 16) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่ามี 3 ประการสรุปได้ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงิน 2) การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาคที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุน เป็นแหล่งสร้างงานการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค และ 3) การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณสถาน อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม

นิคม จารุมณี (2536 : 5-7) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 11 ประการซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศ
- 2) การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน
- 3) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง โครงการสร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น
- 4) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น
- 5) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเข้าเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด
- 6) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย
- 7) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดิน ฟ้า อากาศ
- 8) การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้
- 9) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ
- 10) การท่องเที่ยวทำให้เกิดมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และ
- 11) การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีสร้างความสามัคคีให้เกิดแก่คนในชาติ และนำไปสู่การช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีทั้งในรูปของเงินตราต่างประเทศ ซึ่งช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงินของประเทศ เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ และความเจริญด้านต่าง ๆ ไปสู่ท้องถิ่น อีกทั้งช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยสร้างเสริมความสามัคคีและความเข้าใจอันดี

ให้แก่คนในชาติ และนำไปสู่การเกิดสันติภาพแก่ประชากรโลก นอกจากนี้ยังมีส่วนทำให้เกิดการอนุรักษ์ และพัฒนาขนบธรรมเนียมและประเพณีท้องถิ่น

### 3.3 สภาพการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการท่องเที่ยว ซึ่งพอจะประมวล ได้ดังนี้

สุทธิธีร์ ชูชาติ (2538 : 39-44) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ สรุปได้ดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มี 4 ประการ ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศความสวยงามตามธรรมชาติ เป็นต้น (2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ต่างๆ อาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จารีตประเพณี เป็นต้น (3) การกระจายของชาติพันธุ์เดียวกัน ซึ่งนำไปสู่ทางการเยี่ยมชมและท่องเที่ยว และ (4) แหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ อาจจะเป็นสถานเริงรมย์ยามราตรี สวนสัตว์ สนามกีฬา สวนสาธารณะ เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 4 ประการ ดังนี้ (1) ที่พัก ซึ่งมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ หรือที่พักลักษณะอื่นๆ เป็นต้น (2) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ประเภทของอาหาร คุณภาพอาหาร ราคาอาหาร เป็นต้น (3) สถานบริการ เช่น ร้านซักรีด ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น และ (4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค เป็นต้น

3) การขนส่ง เช่น ประเภทของการขนส่ง เส้นทางในการขนส่งแต่ละประเภท ความสะดวก ความปลอดภัย ความประหยัด เป็นต้น

4) การต้อนรับ เช่น คนในพื้นที่ พนักงานบริการ การเดินทางเข้าประเทศ เป็นต้น

วรรณ วทัญญู (2539 : 19-23) ได้กล่าวถึงสภาพการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะของการกระจาย กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยว เป็นต้น

2) สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภทไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัยาศัยไมตรี สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น

3) การคมนาคมขนส่ง ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านรูปแบบของการคมนาคมขนส่ง สู่แหล่งท่องเที่ยวและภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร รูปแบบหรือปัญหาจราจร เป็นต้น

4) ข้อมูลข่าวสารและบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ข้อมูลและข่าวสาร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ แก่ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เป็นต้น และการบริการ ประกอบด้วยบริการทางด้านต่างๆ ได้แก่ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านสถานที่จอดรถ บริการด้านสถานที่อุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นต้น

5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดมาตรการต่างๆ จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น และการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง เช่น การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร ระเบียบพิธีการเข้าเมือง บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานที่ขนส่งกับที่พัก เป็นต้น

6) องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่างๆ เป็นต้น และ (7) การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

สันติ ชูฉินทรา (2530 : 25-30) ได้กล่าวถึงสภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปตามองค์ประกอบด้วยดังนี้

1) อุทยานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งภาคตะวันตกเป็นภาคที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศาสนาและวัฒนธรรม

2) ตลาดการท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก รองลงมาเป็นจีนและญี่ปุ่นและ นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ

3) ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม โรงแรมและที่พักนักท่องเที่ยว การบริการนำเที่ยว บริการด้านท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น นักท่องเที่ยว ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานบันเทิงเริงรมย์ เป็นต้น

จากทรรศนะด้านสภาพและหรือองค์ประกอบในการท่องเที่ยว ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า สภาพการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

### 3.4 การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

นิคม จารุมณี (2544 : 54-59) กล่าวว่า การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยว จะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุดัตุประสงค์ หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) **ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)** เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1) **ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource)** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

1.2) **ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource)** นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

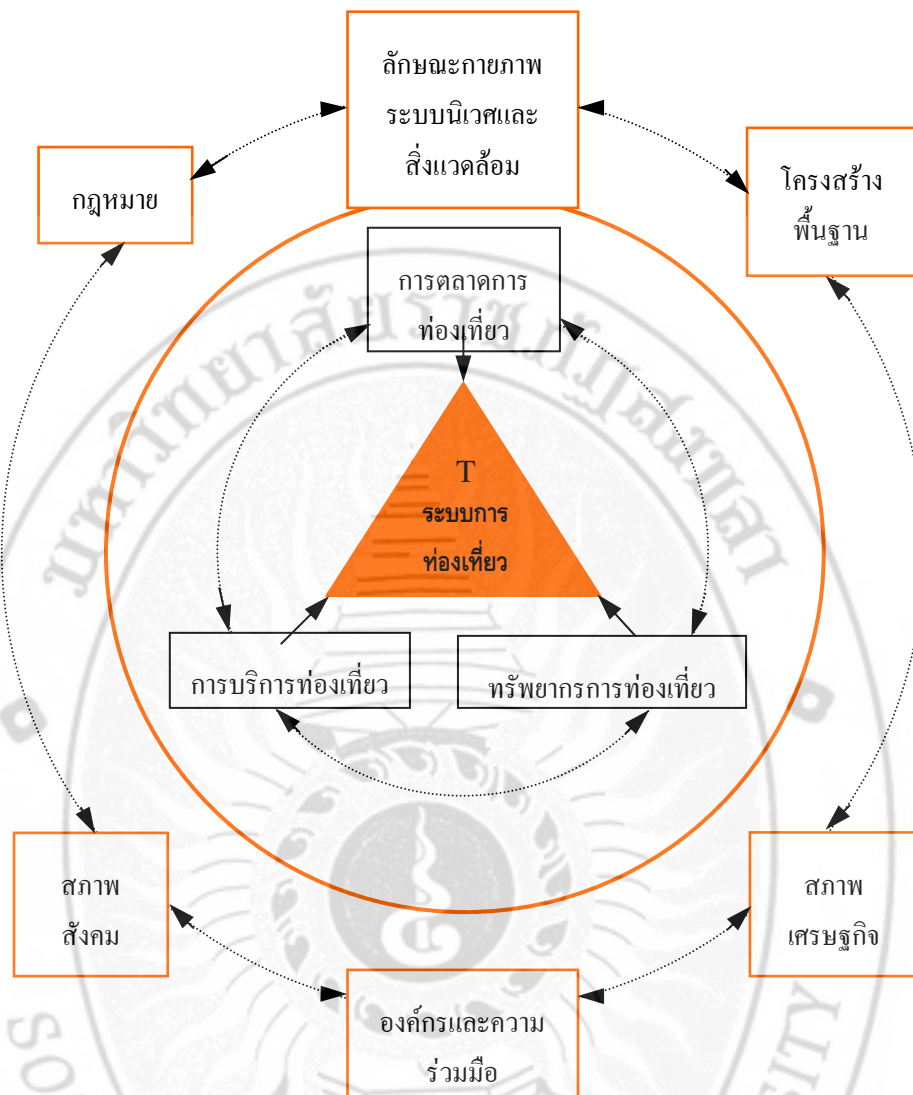
(1) **แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource)** เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลออก งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ

(3) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

2) การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3) การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ ที่นั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี คือ (1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น และ (2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยัง นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน



ภาพที่ 2 องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการทองเทียว

ที่มา: นิคม จารุมณี (2544 : 61)

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการทองเทียว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการทองเทียวนั้นอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การทองเทียวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพันเป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการทองเทียวอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น



### 3.5 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

**การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour)** หมายถึง การท่องเที่ยวที่ครบวงจร โดยมีตั้งแต่การบริการที่มีการจัดเตรียมทุกอย่างไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถบัส มัคคุเทศก์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 16) ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism –GIT หรือ All Inclusive Tourism- AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

นิคม จารุมณี (2544 : 44) ได้กล่าวถึง สภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่า มีการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นแบบ “PacKage Tour” แก่นักท่องเที่ยวซึ่งก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยวทุกระดับ รสนิยมและรายได้ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “PacKage Tour” มีราคาถูกกว่าอันเป็นผลมาจากการบริหารราคาในระบบประหยัดและตัดทอนรายจ่ายต่างๆ ลง อาทิ การจองตั๋วโดยสารเครื่องบินจำนวนมากในราคาขายส่งจากบริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรงรวมทั้งการจองห้องพักในโรงแรมด้วยระบบเดียวกัน ผลประโยชน์จากการดำเนินนโยบายตัดราคาค่าใช้จ่ายลงดังกล่าวนี้ก็จะตกไปถึงมือผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวในที่สุด ระบบโรงแรมและระบบสายการบินเองก็ปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มใหม่นี้ โดยการเสนอราคาขายแบบเหมาจ่ายหรือราคาขายส่งให้บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรงเช่นเดียวกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 132-133) กล่าวถึงความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรที่ต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งตลาดท่องเที่ยวออกเป็น 3 ตลาดใหญ่ๆ คือ

- 1) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น
- 2) ตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 3) ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ส่วนการวิเคราะห์ด้านการตลาดท่องเที่ยวนั้น

จะต้องวิเคราะห์ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โดยการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ 3 ประการคือ

- 1) นักท่องเที่ยวต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าครองชีพถูกแต่มีบริการได้มาตรฐาน
- 2) นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยว
- 3) นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว

สำหรับการใช้ส่วนผสมทางตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix) เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละตลาดท่องเที่ยวนั้น ก็ใช้ 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Price) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Place) และการส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ให้เหมาะสมกับแต่ละตลาดเป้าหมายโดยทั้งภาครัฐและเอกชนต้องช่วยกันอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพไปยังตลาดท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศตนให้มากที่สุด

ฉันทิช วรรณถนอม (อ้างถึงใน กาญจนามณีแสง 2550 : 6-7) ได้สรุปความหมายการวางแผนเพื่อการจัดนำเที่ยวว่าหมายถึง การวางแผนและตัดสินใจในการเลือกสิ่งที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด จากสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องในการจัดนำเที่ยวแต่ละคืน เช่น การวางแผนเลือกโรงแรมที่ดีเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เลือกร้านอาหารที่อร่อย เลือกยานพาหนะที่ปลอดภัยไว้ใจได้ และเลือกแหล่งซื้อของที่มีคุณภาพ เป็นต้น

การวางแผนการจัดนำเที่ยวมีความสำคัญเพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ เป็นการเตรียมการเพื่อจองสถานประกอบการต่างๆ ให้พร้อมชัดเจน เป็นการจัดเตรียมการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้นำเที่ยว (มัคคุเทศก์) เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการจัดนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ สามารถจัดการวางแผนนำเที่ยวของตนเองให้เหนือกว่าบริษัทคู่แข่ง สามารถประมาณค่าใช้จ่ายที่ใช้ถูกต้องชัดเจน ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด ได้รู้ถึงสภาพต่างๆ ไปในเรื่องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเสนอขาย เป็นการสร้างสัมพันธ์โดยตรงที่ดีให้เกิดขึ้นกับสถานประกอบการต่างๆ จากการได้ไปสำรวจเส้นทาง และได้เอื้อประโยชน์ทางธุรกิจต่อกันเป็นกระบวนการให้ทุกฝ่ายทราบถึงทิศทางการปฏิบัติวางแผนจัดนำเที่ยวและร่วมกันประสานงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบสามารถใช้ตรวจสอบความถูกต้องของนโยบายแนวปฏิบัติของแต่ละฝ่าย สามารถตรวจสอบดูผลได้จากการปฏิบัติการทำงานหลังการจัดนำเที่ยวสิ้นสุดลง เป็นการป้องกันหรือลดความเสี่ยงไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นต่อการทำงานในอนาคต ทำให้เกิดการประหยัด

ดังนั้น การวางแผนการจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อหลายประการ คือ สภาพภูมิอากาศเปลี่ยนไป อาจทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงเส้นทาง คู่แข่งขันชิงความได้เปรียบ เช่น เขาดีดราคาจนเราต้องปรับตัวตาม ไม่สามารถหาสถานประกอบการได้ตามที่ต้องการ ผู้วางแผนไม่เก่ง ประสบการณ์น้อย ลูกค้้าเกิดการเปลี่ยนใจกะทันหัน อาจทำให้เปลี่ยนเส้นทาง หรือยกเลิกการเดินทาง สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องทำงานผิดพลาด เป็นต้น

นันท วรรณนอม (อ้างถึงใน กาญจนา มณีแสง 2550 : 7-9) แบ่งการจ้ดนำเที่ยวไว้หลายประเภท ดังนี้

1) การจ้ดนำเที่ยวโดยทั่วไป โดยจำแนกได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การจ้ดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและจ้ดตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้ว

การจ้ดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การนำเที่ยวแบบนี้จะกำหนดงบประมาณรายการต่างๆ ให้สนองตอบความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด สามารถสร้างความประทับใจโดยการจ้ดให้มีกิจกรรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

การจ้ดนำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้วแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การจ้ดนำเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้กำหนดรายการนำเที่ยวทั้งหมดเป็นแบบเหมาจ่าย (Package Tour) และการจ้ดนำเที่ยวโดยที่ลูกค้าเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในบางเรื่องหรือทุกเรื่อง

2) การจ้ดนำเที่ยวที่เป็นสากล แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

(1) การจ้ดนำเที่ยวในประเทศ (domestic) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทย ได้ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวไทยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด นับตั้งแต่การจ้ดรายการนำเที่ยว ติดต่อที่พัก ร้านอาหาร ยานพาหนะ ตลอดจนมัคคุเทศก์คนไทย

(2) การจ้ดนำเที่ยวเข้าประเทศ (inbound) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวของประเทศนั้นๆ จะติดต่อผ่านสาขาประจำประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวไทยก็จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวภาคพื้นดินให้กับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ โดยจ้ดตามความต้องการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ หรือบริษัทนำเที่ยวไทยจ้ดเสนอขายบริการท่องเที่ยวต่างๆ ไปยังบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ

(3) การจ้ดนำเที่ยวออกประเทศ (outbound) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวไทยออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวไทยจะติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวในต่างประเทศให้กับบริษัทนำเที่ยวไทย และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจ้ดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ

3) การจ้ดนำเที่ยวโดยแบ่งตามขนาด แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

(1) Group Inclusive Tour (GIT) คือ การจ้ดนำเที่ยวแบบกลุ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว โดยการจ้ดนำเที่ยวแบบนี้ แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ กร้ปจ้ดกับกร้ปเหมา กร้ปจ้ดคือ การจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าที่มาจากกรซื้อทัวร์หน้าร้าน นักท่องเที่ยวจะมาจากคนละทิศละทางเพื่อมาซื้อรายการนำเที่ยวที่ตนชอบ ส่วนกร้ปเหมาคือ การจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะเฉพาะคณะของตน

(2) Foreign Independent Tour or Free Independent Travelers (FIT) เป็นการจ้ดนำเที่ยวส่วนบุคคล หรือครอบครัวมากกว่าจะจ้ดเป็นกลุ่ม เป็นการจ้ดนำเที่ยวพิเศษ สำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ไปยังจุดหมายปลายทางที่ตนต้องการ และมีอิสระในการเดินทาง โดยมากเป็นการจ้ดนำเที่ยวให้กับลูกค้าต่างประเทศ

4) การจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ มีลักษณะคล้ายกับการจ้ดนำเที่ยวโดยทั่วไป แบ่งได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของบริษัท กับการจ้ดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

5) การจ้ดนำเที่ยวตามลักษณะของจุดหมายปลายทาง จะจ้ดขึ้นโดยหลักที่ต้องให้นักท่องเที่ยวทั่วไปมีความสนใจแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่

(1) การจ้ดนำเที่ยวในเมือง หรือเที่ยวชมเมือง (City Tour)

(2) การจ้ดนำเที่ยวชมสถานที่หรือเที่ยวชมภูมิทัศน์ (Sightseeing Tour)

(3) การจ้ดนำเที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี (Night Tour)

(4) การจ้ดนำเที่ยวโดยเน้นการซื้อของ หรือที่รู้จักกันว่าทัวร์ช้อปปิ้ง (Shopping Tour)

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ คือ การท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเป็นผู้ดำเนินการทุกอย่างให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างครบวงจร เช่น ที่พัก โรงแรม ภัตตาคาร รถรับส่ง มัคคุเทศก์นำทาง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยกำหนดราคาขายให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจว่าจะเลือกใช้บริการหรือไม่

### 3.6 ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

รักเมืองไทยทัวร์ (2551 : 1) ได้สรุปข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาไว้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) คำขวัญ

"นกน้ำเพลินตา สมิหลาเพลินใจ เมืองใหญ่สองทะเล เสน่ห์สะพานดิน ถิ่นธุรกิจแดนใต้"

## 2) ประวัติ

เมืองสงขลามีชื่อเดิมว่า “เมืองสทิง” ตั้งอยู่ที่อำเภอสทิงพระปัจจุบัน พ่อค้าชาวอินเดีย เปอร์เซียและอาหรับที่เดินทางเข้ามาค้าขายที่เมืองสทิงพระเรียกเมืองนี้ว่า “เมืองสิงหลา” เนื่องจากขณะแล่นเรือเข้าปากทะเลสาบสงขลานั้น มองเห็นเกาะสองเกาะคล้ายสิงห์หมอบอยู่ 2 ตัว เกาะสองเกาะนี้คือ เกาะหนู เกาะแมว นั่นเอง

## 3) ข้อมูลทั่วไป

สงขลา เป็นเมืองชายทะเล มีหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมของภาคใต้ อันเปรียบเสมือนประตูบ้านของไทย สำหรับชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ที่จะเดินทางมาสู่ประเทศไทย มีท่าเรือขนาดใหญ่เป็นดินแดนแห่งทะเลสาบ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ที่สวยงามมากมาย สงขลาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 950 กิโลเมตร ตั้งอยู่ในแหลมมลายู ฝั่งตะวันออก มีเนื้อที่ 7,393 ตารางกิโลเมตร

## 4) เทศกาลงานประเพณี

4.1) งานประเพณีสงกรานต์ ในวันที่ 13 เมษายน ทางอำเภอหาดใหญ่จะจัดงานเฉลิมฉลองขึ้นที่บริเวณ ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2, 3 มีชาวมาเลเซียและสิงคโปร์เดินทางมาร่วมงานเป็นจำนวนมาก

4.2) งานเทศกาลส่งเสริมสินค้าและผลไม้ไทย จัดขึ้นระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน บริเวณศูนย์การค้าในตลาดหาดใหญ่ เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตร ภายในงานมีการจำหน่ายผลไม้จากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การประกวดขบวนรถตกแต่งด้วยผลไม้ ตลาดนัดอาหารและขนมไทย พร้อมทั้งสาธิตวิธีการปรุง ประกวดงานหัตถกรรม จำหน่ายสินค้าที่ระลึก การแสดงพื้นบ้านไทย และมหรสพตลอดงาน

4.3) งานเทศกาลโคมไฟหว่าพระจันทร์ จัดในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนสิบ (กันยายน) บริเวณศาลเจ้าชางเจียงกุด วัดหงษ์ประดิษฐ์ อำเภอหาดใหญ่ ภายในงานมีขบวนแห่โคมไฟและมหรสพจีน ขบวนมังกร เชิดสิงโต ชมโคมไฟยักษ์และมีการประกวดโคมไฟสวยงาม ตามบ้านเรือน

4.4) งานเทศกาลทำบุญเดือนสิบ เป็นงานประเพณีของชาวไทยภาคใต้ ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่ว่าช่วงแรม 1-15 ค่ำเดือนสิบ (กันยายน) วิญญาณของผู้ล่วงลับไปแล้วโดยเฉพาะผู้ที่ยังไม่ได้ไปเกิดจะได้รับการปลดปล่อยให้กลับมาพบญาติพี่น้อง ดังนั้น ผู้ที่มีชีวิตอยู่ก็จะจัดอาหารคาว ขนมหวานและผลไม้ ไปทำบุญที่วัด เพื่ออุทิศส่วนกุศลไปให้ โดยเฉพาะที่อำเภอสทิงพระ จะมีการแห่หุ่นทองสูง อันเป็นสัญลักษณ์แทนญาติหรือผู้อาวุโสซึ่งเป็นที่นับถือของชาวบ้านด้วย

4.5) งานประเพณีลากพระ และตักบาตรเทโว จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 (ตุลาคม) ณ อำเภอเมือง พิธีจะเริ่มก่อนวันงานด้วยการห่มผ้าพระเจดีย์บนยอดเขาตั้ง กวน ส่วนในช่วง เช้าของวันงานจะมีพิธีตักบาตรเทโวที่เชิงเขา โดยพระสงฆ์หลายร้อยรูปจะเดินลง มารับบิณฑบาตจากพุทธศาสนิกชน หลังจากนั้นจะมีเรือพระจากวัดต่างๆ ในเขตจังหวัดสงขลา เคลื่อนผ่านให้พุทธศาสนิกชนได้ร่วมทำบุญและลากพระ เรือทั้งหมดจะมารวมกันที่บริเวณสระบัว เพื่อประกวดความ สวยงาม นอกจากนี้ภายในงานยังมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมให้ชมมากมาย

#### 5) สถานที่น่าสนใจ

5.1) วัดมัทธิมาวาส อยู่ที่ถนนไทรบุรี เป็นวัดใหญ่และสำคัญในจังหวัดสงขลา วัดนี้ เป็นวัดโบราณประมาณ 400 ปี เดิมเรียกว่า วัดยายศรีจันทร์ เพราะกล่าวกันว่ายายศรีจันทร์ คหบดีผู้มั่งคั่งในเมืองสงขลาได้อุทิศเงินสร้างขึ้น ต่อมาประชาชนพากันเรียกว่า วัดกลาง ทั้งนี้เพราะ มีผู้สร้างวัดอื่นขึ้นทางทิศเหนือวัดหนึ่ง (วัดเลียบ) และทิศใต้วัดหนึ่ง (วัดโพธิ์) ชาวสงขลาจึงเรียก วัดยายศรีจันทร์ว่า วัดกลางต่อมาจนทุกวันนี้ และได้เปลี่ยนชื่อเป็นภาษาบาลีว่า วัดมัทธิมาวาส โดย พระเจ้านั่งยาเธอกรมหมื่นวชิรญาณวโรรส เมื่อครั้งเสด็จเมืองสงขลา พ.ศ. 2431 นอกจากนี้ในวัด ยังมี พิพิธภัณฑภัทธรศิลป์สังวรเป็นที่เก็บวัตถุโบราณต่างๆ ซึ่งรวบรวมได้จากเมืองสงขลา สทิงพระ ระโนด และอื่นๆ ซึ่งเป็นหลักฐานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ควรค่าแก่การศึกษา

5.2) แหลมสมิหลา เป็นชายหาดกว้าง ทรายขาวสะอาด มีต้นสนทะเลต้นใหญ่ๆ ขึ้นเรียงราย ใต้ต้นสนมีเก้าอี้ผ้าใบของร้านอาหารให้นั่งรับประทานอาหาร มีที่พักสำหรับ นักท่องเที่ยว นอกแนวหาดออกไปไม่กี่ไกล มีเกาะสองเกาะซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างดี คือ เกาะหนูและเกาะแมว แหลมสมิหลาอยู่ห่างจากตัวเมือง สงขลาประมาณ 3 กิโลเมตร

5.3) แก้วเส็ง อยู่ใต้หาดแหลมสมิหลาลงมาประมาณ 3 กิโลเมตร บริเวณนี้เป็น ชายหาดที่งามยิ่งของสงขลาอีกแห่งหนึ่ง มีโขดหินใหญ่ตั้งอยู่ริมทะเล และมีโขดหินอยู่ก้อนหนึ่งตั้งเด่นอยู่เหนือ โขดหินทั้งปวงตรงหน้าผาริมทะเล ชาวเมืองเรียกก้อนหินนี้ว่า หัวนายแรง

5.4) เมืองหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมของภาคใต้ ตัวเมือง หาดใหญ่เป็นเมืองที่ค่อนข้างทันสมัยประกอบด้วยอาคาร บ้านเรือนร้านค้าอาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มากมาย นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมสินค้าต่างๆ ได้อย่างเพลิดเพลิน โดยตั้งต้นจากจุดหนึ่งในย่าน ไกกลางเมือง เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 หรือ 3 มีสินค้าแปลกใหม่ที่น่าสนใจมากมาย ศูนย์การค้าก็มี หลายแห่ง ซึ่งย่านการค้าเหล่านี้อยู่ในบริเวณใจกลางเมืองหาดใหญ่เดินไปถึงได้โดยสะดวก

5.5) น้ำตกโตนงาช้าง เป็นน้ำตกที่มีความงดงาม มีทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นที่ 3 เป็นชั้น ที่สวยที่สุด ซึ่งมีน้ำตกแยกออกมาในลักษณะเหมือนงาช้าง "โตน" ภาษาท้องถิ่นแปลว่า น้ำตก นอกจากนี้ยังมีน้ำตกบริพัตร ในเขตอำเภอรัตภูมิที่มีความสวยงามเช่นกัน

5.6) เกาะขอ อยู่ในทะเลสาบสงขลา มีสวนผลไม้ นานาชนิด มีวัดเขาบ่อ วัดท้ายขอ ซึ่งมีเจดีย์เก่าอยู่บนเนินเขา ฟ้าทอกของเกาะขอเป็นที่นิยมและเป็นสินค้าที่ระลึกที่น่าสนใจ ปัจจุบันชาวเกาะขอนิยมเลี้ยงปลากระพงขาวในกระชังกันมากเพราะมีราคาสูง การเดินทางไปเกาะขอโดยทางน้ำมีเรือโดยสารระหว่าง ตลาดสดสงขลา-เกาะขอ หากเดินทางโดยรถยนต์ไปตามทางสายสงขลา-หาดใหญ่ แล้วแยกขวาที่สี่แยกบ้านน้ำกระจายข้ามสะพานติณสูลานนท์ ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทยไปยังเกาะขอได้อีกทางหนึ่ง

5.7) สะพานติณสูลานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงที่เชื่อมระหว่างทางหลวงหมายเลข 407 สายหาดใหญ่-สงขลา กับทางหลวงหมายเลข 408 สายสงขลา-ระโนด โดยสะพานแห่งนี้เป็นสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา แบ่งออกเป็นสองช่วง คือ ช่วงแรกเชื่อมระหว่างชายฝั่งอำเภอเมืองสงขลา บริเวณบ้านน้ำกระจายกับเกาะขอตอนใต้ ความยาวรวมเชิงสะพานทั้งสองด้าน 1,140 เมตร ช่วงที่สองเชื่อมระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะขอ กับฝั่งบ้านเขาเขียวมีความยาวทั้งสิ้น 1,800 เมตร สะพานนี้เริ่มก่อสร้างเมื่อปี 2527 แล้วเสร็จในปี 2529 และได้กลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวที่มักแวะ ชมควบคู่ไปกับการมาท่องเที่ยว และรับประทานอาหารที่เกาะขอ

5.8) ทะเลสาบสงขลา เป็นทะเลสาบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีทิวทัศน์สวยงาม มีเกาะต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น เกาะขอ ซึ่งเป็นแหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา มีเกาะสี่ เกาะห้า ซึ่งเป็นเกาะสัมปทานรังนก อยู่ในเขตจังหวัดพัทลุง

5.9) อุทยานนกน้ำ หรือเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา ตั้งอยู่ที่บ้านคูขุด หมู่ที่ 4 ตำบลคูขุด อำเภอสตงิ่งพระ การเดินทางใช้ทางหลวงหมายเลข 408 ถึงหลัก กม. 33 มีทางแยกซ้ายไปอีก 3 กิโลเมตร อุทยานนกน้ำคูขุดเป็นส่วนหนึ่งของทะเลสาบสงขลา ได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งแต่ปี 2518 และเป็นอุทยานนกน้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย มีพื้นที่ รวม 227,916 ไร่ หรือ 25 ตารางกิโลเมตร มีนกต่างๆ ถึง 112 ชนิด เช่น นกนางแอ่น นกกระยาง นกฟริก ฯลฯ ช่วงที่เหมาะสมแก่การชมนกอยู่ระหว่างเดือนธันวาคม-พฤษภาคม สามารถเช่าเรือหางยาวได้จากบริเวณที่ทำการเขตฯ ใช้เวลาชมราว 1 ชั่วโมงครึ่ง ราคาเรือลำละประมาณ 150 -200 บาท จุนได้ 6-10 คน

#### 6) สินค้าของที่ระลึก

ผ้าเกาะขอ กุ้งแก้ว นกเขาชวา

จะเห็นได้ว่าจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวอันน่าสนใจ จึงควรมีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาเพื่อให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพิ่มมากขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้แก่คนในชุมชนและท้องถิ่นนั้นๆ

### 3.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอดีตและปัจจุบัน

นักวิชาการหลายคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 : 54-55) ได้กล่าวถึงแนวนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ไว้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป
- 2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3) สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความจริงก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
- 4) ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้
- 5) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรักความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป
- 6) ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 7) กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป
- 8) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนของประเทศสืบไป



9) ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้าท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแต่ละแห่ง

10) สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ กระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยงให้มีมากขึ้นและเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11) พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนร่วมของชาติและองค์กร

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2530 : 13) ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกระทรวงมหาดไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ 1) การประชาสัมพันธ์ ให้จังหวัดต่าง ๆ ทำการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่น ในด้านการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น 3) การสร้างเสริมอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น จัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จัดให้มีสถานที่พักแรม ร้านสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น 4) การรักษาความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุ อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจอาสาสมัครในจังหวัดอำเภอให้การดูแล ตลอดจนจัดเตรียมสถานพยาบาลให้เพียงพอ และ 5) การส่งเสริมอาชีพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยให้จังหวัดจัดให้มีการส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง จัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ อย่างเพียงพอ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2532 : 12-13) สาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ 4 สาขา คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ และการพัฒนาด้านองค์การบริหาร แต่ละสาขามีแนวทางในการพัฒนา ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1) แนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำแนก ได้ 3 ประการ ดังนี้

(1) การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เป็นการรักษาและประชาสัมพันธ์ให้จุดเด่นและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวคงอยู่และเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายยิ่งขึ้น

(2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเสริมสร้างความเด่นและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

(3) การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นกระบวนการพัฒนาที่พิจารณาถึงความเป็นไปได้และศักยภาพด้านอื่นๆ มากำหนดให้เกิดการพัฒนาขึ้น

2) แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว เป็นการกำหนดเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ การดำเนินการหามาตรการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ การปรับโครงสร้างนักท่องเที่ยวให้พักแรม เพิ่มขึ้น เป็นต้น

3) แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ความพร้อมของเมืองและบริการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น คมนาคมขนส่ง การประปา ระบบระบายน้ำและบำบัดน้ำเสีย การจัดการมูลฝอย การพัฒนาการบริการที่พัก การบริการร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น

4) แนวทางการพัฒนาด้านองค์กรและการบริหาร เพื่อให้มีหน่วยงานรองรับทำหน้าที่ ประสานงานการดำเนินโครงการ ตลอดจนการดำเนินงานที่ต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เศรษฐกรค์ ยงวณิชย์ (2535 : 44-45) ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1) ให้การศึกษาและสนับสนุนการอนุรักษ์สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้คงสภาพความสวยงามอยู่ตลอดไป

2) บูรณะ และปรับปรุงโบราณสถานและโบราณวัตถุที่ชำรุดให้มีสภาพดีขึ้น โดยคงรูปแบบตามลักษณะของเดิม ภายใต้การดำเนินการของกรมศิลปากร และความร่วมมือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

3) ควรดำเนินการพัฒนา ทำนุบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสวยงาม ทรงคุณค่า สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

4) ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยอาศัยความร่วมมือและประสานงานกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความร่วมมือของภาคเอกชน

5) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

6) ปรับปรุงเส้นทางคมนาคม โดยเฉพาะทางรถยนต์ให้ได้มาตรฐานเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย

7) ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการบริการเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง เช่น การจัดระบบการจราจร เครื่องหมายสัญญาณจราจร เป็นต้น

8) ปรับปรุงสนามบินและสนับสนุนการจัดบริการสายการบินระหว่างจังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพฯ

9) ปรับปรุงและสนับสนุนเส้นทางคมนาคมทางทะเล ให้มีความสะดวกและปลอดภัย

10) ปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถในการบริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบต่างๆ อย่างเพียงพอและทั่วถึง เช่น โทรศัพท์ โทรเลข เป็นต้น

11) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

12) ส่งเสริมการลงทุนด้านกิจการ โรงแรมที่พักให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนสถานบริการธุรกิจบันเทิงต่างๆ

13) ยกกระดับมาตรฐานร้านค้าร้านอาหารในชุมชนเมืองและแหล่งท่องเที่ยว ทั้งคุณภาพและราคาต้องยุติธรรมโดยส่งเสริมให้มีการลงทุนของภาคเอกชน

14) เพิ่มประสิทธิภาพกำหนดมาตรการป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

15) การพัฒนากิจกรรมและการประชาสัมพันธ์

16) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประกอบการท่องเที่ยว เช่น การจัดกีฬาทางน้ำ กิจกรรมค่ายพักแรมแก่นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา เป็นต้น

17) ส่งเสริมอุตสาหกรรม หัตถกรรมในครัวเรือน เพื่อผลิตเป็นของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองต่างๆ

18) ฟื้นฟู ปรับปรุง ส่งเสริมการจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของท้องถิ่น เพื่อสะท้อนให้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และ

19) จัดตั้งศูนย์กลางการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเดินทางไปท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551 : 1-5) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 - 2551 ไว้ดังต่อไปนี้

**เป้าประสงค์** การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ที่สามารถกระจายรายได้ และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง  
**วิสัยทัศน์** ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2551

**เป้าหมาย** ในปี 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท

**ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว**

กลยุทธ์ 1) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

1.1) จัดทำสื่อการขายที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและความหลากหลาย ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายการตลาดท่องเที่ยวตามภารกิจยุทธศาสตร์

1.2) สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

- 1.3) การเพิ่มประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมการตลาด
- 1.4) ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

กลยุทธ์ 2) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

- 2.1) นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination ทั้งโดยภาคเอกชนและกรอบความร่วมมือของภาครัฐ (ทางบก, ทางอากาศ)
- 2.2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 2.3) ส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

กลยุทธ์ 3) พัฒนาระบบสารสนเทศ

- 3.1) ระบบสารสนเทศด้านการตลาดและพัฒนา
- 3.2) ปรับปรุง Website ให้เป็น Portal Site เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการ 2 ลักษณะ คือ E-commerce และ B to B
- 3.3) ระบบ Call Thailand ทาง Internet เพื่อพัฒนาระบบ Call Center ให้สามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง
- 3.4) จัดทำ Database ของกลุ่ม High-yield และ Expats เพื่อใช้เสนอขาย Package/Promotion ทาง Direct Mail
- 3.5) จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- 3.6) ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร
- 3.7) จัดทำระบบ Excellent Center ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนอ้างอิงและบริการประชาชน
- 3.8) จัดทำระบบฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเผยแพร่ประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- 3.9) สร้างระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก
- 3.10) พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลทางการท่องเที่ยวระหว่างภาคที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ 4) ส่งเสริม World Event Marketing

4.1) เสนอขายเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรม ให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวหลัก ทั้งกับ Trade และ Consumer ในตลาดที่มี ศักยภาพ และมีความสนใจอย่างครบวงจร

4.2) สร้างความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการจัด World Event Marketing เพื่อนักท่องเที่ยวจดจำและเกิดค่านิยม ในการเดินทางท่องเที่ยว

4.3) สร้างช่องทางการขายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 1) สร้าง พัฒนา พื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

1.1) สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็น Magnet และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน

1.2) พื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักตามประเภทสินค้า การท่องเที่ยว

1.3) ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตามศักยภาพและ โอกาส

กลยุทธ์ 2) ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

2.1) ส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนสามารถพัฒนาและบริหารธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชน

2.2) สร้างและบูรณาการระบบพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลเป็นศูนย์การเรียนรู้ในภูมิภาค

2.3) เพิ่มปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ฯ ทั้งในและต่างประเทศ

2.4) สนับสนุนและสร้างมาตรฐานสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

กลยุทธ์ 3) เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.1) เพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการผ่านเข้าออกประเทศไทย

3.2) ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการอำนวยความสะดวกการผ่านแดน

3.3) จัดให้มีระบบบริการข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.4) ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้มาตรฐานสากลในแหล่งท่องเที่ยว

3.5) การปรับปรุงระบบการขนส่ง และการเชื่อมโยงเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัด

กลยุทธ์ 4) พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

4.1) พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถให้บริการของภาครัฐเกี่ยวกับความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

4.2) ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมบริการที่เป็นธรรมและแก้ไขปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

4.3) จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และให้มีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

### ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

กลยุทธ์ 1) เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

1.1) ปรับโครงสร้าง บทบาท ภารกิจของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

1.2) พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน

1.3) พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของกระทรวงฯ ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

1.4) สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 2) ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุก  
ระดับ ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศและต่างประเทศ

2.1) พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์  
กลยุทธ์ และแนวคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยว ในทุกระดับ

2.2) จัดให้มีระบบรองรับ ป้องกัน และแก้ปัญหาวิกฤติที่มีผลกระทบ  
ต่อการท่องเที่ยว โดยมีกองทุน “Crisis Management Fund” เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่ง  
จัดสรรจากรายได้ภาครัฐที่มาจากการท่องเที่ยว

2.3) พัฒนากลไกเพื่อรองรับความร่วมมือการท่องเที่ยวในระดับพหุภาคี  
และทวิภาคี ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

2.4) ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นแกนกลางในการบูรณาการ  
เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 3) การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

3.1) จัดให้มีการศึกษา ทบทวน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่  
ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง

3.2) ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการ  
ออกข้อบังคับต่างๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.3) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว  
มีความรู้และเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแนวทางใน  
การดำเนินงานเพื่อส่งเสริม ปรับปรุง รักษาและฟื้นฟูสภาพทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวสินค้า  
ท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ  
สามารถนำแนวทางและแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปใช้พัฒนา ปรับปรุง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ  
ให้แก่กิจการตนเองได้ต่อไปในอนาคต

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก (2549 : ง-จ) ได้ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 20,000-25,001 บาท ส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากที่สุด ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถือสัญชาติอเมริกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก ในส่วนของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับสินค้า/สินค้า/ของที่ระลึก/โรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในด้านบริษัทนำเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งความหวังในทุกอย่างในระดับปานกลาง สรุปภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

มัลลิกา เกื้อปัญญา (2532 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง เชียงใหม่ พบว่า สภาพปัจจุบันของการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง

นัยนา คำกันศิลาปี (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ : กรณีศึกษาเรือรอยัล ไดมอนด์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ ส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจมากในเรื่องของทักษะของพนักงาน ความมีอัธยาศัย ความเพียงพอของพนักงาน รวมทั้งรายการอาหาร และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องสภาพห้องอาหาร ความสะอาดของเรือ สิ่งอำนวยความสะดวกในเรือ สภาพห้องพัก ความปลอดภัยภายในเรือ กิจกรรมสันทนาการบนเรือ กิจกรรมเสริม และความเหมาะสมของราคากับการบริการที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวว่าควรจะมีการปรับปรุงด้านห้องพักมากที่สุด ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยรวมของการบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญรอยัล ไดมอนด์จากการศึกษาครั้งนี้



นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทเรือสำราญจากการบอกเล่าปากต่อปาก

อนิสรา เกลียงอุบล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดพัทลุง พบว่า ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นการส่วนตัว โดยมีการชักชวนเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทาง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาค้นคว้าความรู้/ดูงาน รองลงมา คือ ซื้อผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเลือกเดินทางมาเที่ยวชม เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีสิ่งดึงดูดน่าสนใจ และสถานที่มีชื่อเสียง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ รองลงมาเอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีลักษณะการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่พบมาก ได้แก่ การซื้อสินค้าที่เป็นของที่ผลิตขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้ากลับไปฝาก ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ เมื่อพิจารณาเฉลี่ยทุกข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านเส้นทาง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนด้านกิจกรรมเมื่อพิจารณาเฉลี่ยทุกข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือท้องถิ่น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านต่างๆ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการบริการ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จะต้องพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (2) คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (3) ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (4) ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ (5) การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว (6) รายละเอียดข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (7) การบริการสินค้าท่องเที่ยว (8) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง และ (9) การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาตามกรอบแนวคิด จึงได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ลำดับที่	ชื่อกิจการ	จำนวนนักท่องเที่ยว ปี 2549
1	บริษัท ชันนีทัวร์	1,958
2	ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ สมายล์ทัวร์	1,773
3	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ็อกทองทัวร์	1,697
4	บริษัท ไดมอนด์ทัวร์	1,531
5	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหชัยทัวร์	1,432
6	หาดใหญ่ กู๊ดมอนิ่งทัวร์	1,256
7	บริษัท ซี แอนด์ พี ทัวร์	1,248
8	ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ เจนนีทัวร์	1,095
9	ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสชั่น ทัวร์	974
10	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม ซี พี จำกัด	952
11	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟอลโลมิทัวร์	886
รวม		326

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวภาคใต้ เขต 1, 2550.

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีเจาะจง (purposive sampling method) เลือกเพียง 1 บริษัท เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของทุกๆ บริษัท มีลักษณะทางพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน จึงได้คัดเลือก ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ เป็นตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจาก

1) หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ เป็นบริษัทที่ประกอบการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นบริษัทแรกๆ ที่จัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

2) หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ มีโครงสร้างการจัดการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จอย่างเต็มรูปแบบ

3) หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ มีผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจำนวนมาก และเป็นอันดับสอง และมีเครือข่ายในการดำเนินการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จร่วมกับบริษัททัวร์อื่นๆ ใน อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

4) หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ เป็นหนึ่งใน 11 รายชื่อของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่อยู่ในบัญชีรายชื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวของ หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ ตามข้อมูลของ ททท. มีจำนวนทั้งสิ้น 1,773 คน ที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจาก หจก. หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ภายในระยะเวลา 1 ปี นับตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2549 ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานในหน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร เป็นต้น ตลอดจนนักเรียน/นักศึกษาและบุคคลทั่วไป

ในการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดของ หจก.หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ โดยใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (อ้างใน ประภารัตน์ ฉายศิริพันธ์ และ สิริวรรณ หยกวิจิตร 2547) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 คน

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

N = จำนวนประชากร

n = จำนวนตัวอย่าง

e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ในที่นี้ค่า e = 0.05

แทนค่าลงในสูตร จะได้

$$n = \frac{1,773}{1 + 1,773(0.05)^2}$$

$$\approx 326$$

## 2. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นนำไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 326 คน

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือตำราทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ ตลอดจนเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## 3. เครื่องมือและการวัดเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ประกอบด้วย การใช้บริการท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การได้รับข่าวสาร ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire)

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

สำหรับเกณฑ์ในการวัดข้อคำถามที่เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (rating scale) มีดังนี้

1) ข้อคำถามในตอนที่ 2 ข้อ 1.3 ความถี่ที่ได้รับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

และนำมาตัดสินตามเกณฑ์จากการคำนวณช่วงพิสัยคะแนน ตามสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาค} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} = 0.75 \end{aligned}$$

นำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาแปลความหมาย ดังนี้  
(ประคอง วรรณสุด 2538 : 110-115)

คะแนนเฉลี่ย 3.26 - 4.00 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.25 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.76 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.75 หมายถึง อยู่ในระดับไม่มีเลย

2) ข้อคำถามในตอนที่ 2 ข้อ 1.4 ความเหมาะสมของรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความเหมาะสม ข้อ 2 ความเหมาะสมของพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

และนำมาตัดสินตามเกณฑ์จากการคำนวณช่วงพิสัยคะแนน ตามสูตรดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาค} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{4 - 1}{4} = 0.75
 \end{aligned}$$

นำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาแปลความหมาย ดังนี้  
(ประคอง วรรณสุด, 2538 : 110-115)

คะแนนเฉลี่ย	3.26 - 4.00	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 - 3.25	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.76 - 2.50	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.75	หมายถึง	อยู่ในระดับไม่มีเลย

3) ข้อคำถามในตอนที่ 2 ข้อ 4.2 ความถี่ในการได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ จากสื่อ มีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

และนำมาตัดสินตามเกณฑ์จากการคำนวณช่วงพิสัยคะแนน ตามสูตรดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาค} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} = 0.75\end{aligned}$$

นำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาแปลความหมาย ดังนี้  
(ประกอบ วรรณสูตร 2538 : 110-115)

- คะแนนเฉลี่ย 3.26 - 4.00 หมายถึง อยู่ในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.25 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.76 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.75 หมายถึง อยู่ในระดับไม่มีเลย

4) ข้อคำถามในตอนที 2 ข้อ 5.1 ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อ 5.2 ความเหมาะสมของราคาและการจัดการ และข้อ 5.3 ความเหมาะสมด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา มีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
ดีมาก	4
ดี	3
พอใช้	2
ควรปรับปรุง	1

และนำมาตัดสินตามเกณฑ์จากการคำนวณช่วงพิสัยคะแนน ตามสูตรดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาค} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}\end{aligned}$$

$$= \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

นำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาแปลความหมาย ดังนี้  
(ประคอง วรรณสูตร 2538 : 110-115)

คะแนนเฉลี่ย 3.26 - 4.00 หมายถึง อยู่ในระดับมาก  
 คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.25 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ย 1.76 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย  
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.75 หมายถึง อยู่ในระดับไม่มีเลย

และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจซึ่งเป็นแบบสอบถามประมาณค่า (rating scale) 4 ระดับ มีระดับการวัดแบบประเภทช่วง (interval scale) โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

และนำมาตัดสินตามเกณฑ์จากการคำนวณช่วงพิสัยคะแนน ตามสูตรดังนี้

$$\text{อันตรภาค} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$



นำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ มาแปลความหมาย ดังนี้

(ประคอง วรรณสูตร 2538 : 110-115)

คะแนนเฉลี่ย 3.26 - 4.00 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.25 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.76 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.75 หมายถึง อยู่ในระดับไม่มีเลย

สำหรับตัวชี้วัดและการให้คะแนนตัวชี้วัดที่เป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้แสดงไว้

ในภาคผนวก ข

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเพื่อความชัดเจนในข้อคำถาม ดังต่อไปนี้

1) การวัดความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องมือ (validity) โดยนำแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ได้แก่ ความถูกต้องทางเนื้อหา ความถูกต้องทางโครงสร้างและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วยแบบการประเมิน ให้คะแนนและให้ข้อเสนอแนะ แล้วผู้วิจัยนำปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้วนำมาวัดความเชื่อมั่น (reliability)

2) การวัดความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำเครื่องมือที่ผ่านการวัดความถูกต้องแล้วมาหาความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟา ด้วยวิธี ของครอนบาค (Cronbach) โดยในการวิจัยกำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาต้องไม่น้อยกว่า 0.70 ก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป (แสดงใน ภาคผนวก ค)

ซึ่งจากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟา ได้ดังนี้

1) ข้อคำถามการได้รับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้ค่า 0.9258

2) ข้อคำถามความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการ ได้ค่า 0.8865

3) ข้อคำถามความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้ค่า 0.9117

4) ข้อคำถามการได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้ค่า 0.7922

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้จำนวนตัวอย่าง 326 คนจากการสุ่มรายชื่อผู้รับบริการด้วยวิธี Simple Random Sampling แบบไม่ใส่คืนแล้ว ผู้วิจัยก็ทำการส่งแบบสอบถามตามรายชื่อที่ได้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และติดตามผลการส่งเพื่อนำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ต่อไป

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows โดยสถิติที่ใช้แบ่งได้ดังนี้

5.1 สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach Alpha Coefficient)

5.2 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจตามแบบสอบถาม โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ (frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

5.3 สถิติอ้างอิงในการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา สถิติที่ใช้ได้แก่ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับตัวแปรต้นและตัวแปรตามตั้งแต่ Interval และ Ratio Scale

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จำนวน 326 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะ และยุทธศาสตร์การปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยว

#### ตอนที่ 1 สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ จำนวน 326 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4.1

## 1. สภาพเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ตารางที่ 4.1 สภาพเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

หัวข้อ	จำนวน (n = 326)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	49	15.03
หญิง	277	84.97
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 21 ปี	41	12.57
21-40 ปี	198	60.73
41-60 ปี	87	26.70
อายุเฉลี่ย (ปี)	34.16	
อายุสูงสุด (ปี)	56	
อายุต่ำสุด (ปี)	19	
<b>ศาสนา</b>		
พุทธ	279	85.58
อิสลาม	47	14.42
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	198	60.73
สมรส	128	39.27
<b>จำนวนบุตร</b>		
ไม่มีบุตร	202	61.96
1 คน	51	15.64
2 คน	57	17.48
3 คน	16	4.92

ตารางที่ 4.1 สภาพเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (ต่อ)

หัวข้อ	จำนวน (n = 326)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา	28	8.58
ปวส.	60	18.40
ปริญญาตรี	181	55.52
ปริญญาโท	67	20.55
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ	129	39.57
พนักงานเอกชน	97	29.75
นักเรียน/นักศึกษา	57	17.48
บุคคลทั่วไป	43	13.20
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
4,000-9,000 บาท	127	38.95
9,001-20,000 บาท	60	18.40
มากกว่า 20,000 บาท	139	42.65

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ดังนี้

**1.1 เพศ** จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84.97 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 15.03

**1.2 อายุ** พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มีอายุเฉลี่ย 34.6 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.73 รองลงมาอยู่ในช่วง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 ในขณะที่ผู้รับบริการที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.57 ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ส่วนผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะใช้บริการค่อนข้างน้อย

**1.3 ศาสนา** พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ โดยคิดเป็นร้อยละ 85.58 ในขณะที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามคิดเป็น คิดเป็นร้อยละ 14.42

**1.4 สถานภาพ** พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 60.73 รองลงมาคือผู้รับบริการที่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 39.27 ในขณะที่ผู้รับบริการที่มีสถานภาพหย่าร้างและเป็นหม้ายไม่นิยมใช้บริการ

**1.5 จำนวนบุตร** พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในกรณีที่สมรสแล้วส่วนใหญ่ไม่มีบุตร ร้อยละ 61.96 มีจำนวนบุตร 1 และ 2 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.64 และร้อยละ 17.48 ในขณะที่ผู้รับบริการที่มีจำนวนบุตร 3 คนมีจำนวนน้อย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.92

**1.6 อาชีพ** ผู้รับบริการท่องเที่ยวท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 39.57 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และบุคคลทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 29.75, 17.48 และ 13.20 ตามลำดับ

**1.7 ระดับการศึกษา** ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.52 รองลงมาการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 20.55 มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.8.58 และปวส. คิดเป็นร้อยละ 18.40

**1.8 รายได้ (บาท/เดือน)** รายได้ของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 9,001-20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 18.40 ส่วนผู้รับบริการที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.65 และผู้รับบริการที่มีรายได้ 4,000-9,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 38.95

สำหรับการศึกษาการใช้บริการท่องเที่ยว พฤติกรรมและมนุษย์สัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวและความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในครั้งนี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวที่รับบริการการท่องเที่ยวในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2550 ถึง มีนาคม 2551 ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

## 2. การใช้บริการท่องเที่ยว

### 2.1 ประสบการณ์และลักษณะการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ตารางที่ 4.2 ประสบการณ์และลักษณะการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากบริษัทนำเที่ยวของผู้รับบริการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

หัวข้อ	จำนวน (n = 326)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการใช้บริการ		
การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (ครั้ง)		
1 ครั้ง	87	26.68
2-3 ครั้ง	166	50.92
มากกว่า 3 ครั้ง	73	22.40
ลักษณะการท่องเที่ยวของผู้รับบริการ		
เที่ยวคนเดียว	22	6.74
เที่ยวกับกลุ่มญาติ	129	39.57
เที่ยวกับเพื่อนฝูง	94	28.83
เที่ยวกับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน	81	24.86

จากตารางที่ 4.2 แสดงการให้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้รับบริการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.92 รองลงมาคือ จำนวน 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 26.68 และมากกว่า 3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 22.40 ตามลำดับ ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่ใช้บริการลักษณะเที่ยวกับกลุ่มญาติ คิดเป็นร้อยละ 39.57 รองลงมา ใช้บริการลักษณะเที่ยวกับเพื่อนฝูง คิดเป็นร้อยละ 28.83 และเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 24.86 ในขณะที่ลักษณะการท่องเที่ยวแบบคนเดียวมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.74

## 2.2 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับบริการ

ตารางที่ 4.3 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. พาหนะนำเที่ยว	3.65	มาก
2. โรงแรม/ที่พัก	3.48	มาก
3. สาธารณูปโภค	2.92	ปานกลาง
4. ข้อมูลที่ได้รับ/คำชี้แจง	2.96	ปานกลาง
5. การต้อนรับอบอุ่น	3.08	ปานกลาง
6. มัคคุเทศก์	3.31	มาก
7. ระบบความปลอดภัย	2.96	ปานกลาง
8. การคมนาคม/สื่อสาร	3.08	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.18</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากการศึกษาการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวได้รับจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในระดับมาก ได้แก่ พาหนะนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านโรงแรม/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.48 และด้านมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ย 3.31 และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้รับบริการได้รับจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในระดับปานกลาง ได้แก่ การต้อนรับอย่างอบอุ่นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ด้านการคมนาคม/สื่อสารระหว่างการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ด้านการให้ข้อมูลและคำชี้แจงแก่ลูกค้าระหว่างการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.96 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.96 และด้านสาธารณูปโภคระหว่างการเดินทาง เช่น ห้องน้ำ อาหาร และเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 2.92

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18



## 2.3 รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.4 ความเหมาะสมของรูปแบบ โปรแกรมนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

รูปแบบโปรแกรม	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. โปรแกรมนำเที่ยวสมบูรณ์ เข้าใจง่าย	3.19	ปานกลาง
2. ราคาเหมาะสมกับโปรแกรม	3.04	ปานกลาง
3. ความยืดหยุ่นของโปรแกรม	3.15	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.12</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบ โปรแกรมนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ลักษณะโปรแกรมนำเที่ยวสมบูรณ์ เข้าใจง่าย มีความยืดหยุ่นของโปรแกรม และราคาเหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เสนอในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19 3.15 และ 3.04 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบ โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12

## 3. พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ตารางที่ 4.5 ความเหมาะสมด้านพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ความเหมาะสมด้านพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. ความรู้ในการให้บริการ	3.35	มาก
2. การแก้ปัญหาหระหว่างการท่องเที่ยว	3.31	มาก
3. ความคล่องตัวในการประสานงาน และ สร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว	3.21	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.28</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการศึกษาความเหมาะสมด้านพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความเหมาะสมด้านความรู้ในการให้บริการ และการแก้ปัญหาหระหว่างการท่องเที่ยวในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.31 ตามลำดับ และความเหมาะสมด้านความคล่องตัวในการประสานงานและสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21

เมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมด้านพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.28

#### 4. มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ตารางที่ 4.6 ความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. ความเป็นกันเอง	3.65	มาก
2. ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง	3.08	ปานกลาง
3. การประณีประนอมเมื่อเกิดปัญหา	3.00	ปานกลาง
4. ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า	3.50	มาก
5. การแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	3.15	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.27</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการศึกษาค่าความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ผลการศึกษาสามารถจัดระดับเหมาะสมออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ความเหมาะสมระดับมาก ได้แก่ ความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 3.65 ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50 และ (2) ความเหมาะสมระดับปานกลาง ได้แก่ ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง มีค่าเฉลี่ย 3.08 การแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.15 และความสามารถในการประณีประนอมเมื่อเกิดปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.00

เมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.27

## 5. การได้รับข่าวสาร

### 5.1 แหล่งข่าวสารที่ได้รับ

ตารางที่ 4.7 สื่อที่ผู้รับบริการได้รับข่าวสารมากที่สุด

การได้รับข่าวสารจากสื่อ	จำนวน (n = 326)	ร้อยละ
1. แผ่นพับ	88	26.99
2. วิทยู	25	7.67
3. โทรทัศน์	12	3.68
4. เพื่อน	163	50.00
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ	38	11.66

จากตารางที่ 4.7 การได้รับข่าวสารจากสื่อของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่าสื่อที่ผู้รับบริการได้รับข่าวสารมากที่สุด คือ จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ แผ่นพับ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ วิทยู คิดเป็นร้อยละ 26.99 11.66 และ 7.67 ตามลำดับ ส่วนการได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.68

### 5.2 ความถี่ที่ได้รับข่าวสารจากแหล่งข่าวสาร

ตารางที่ 4.8 ความถี่ที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อ

ความถี่ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อ	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. แผ่นพับ	3.51	มาก
2. วิทยู	2.95	ปานกลาง
3. โทรทัศน์	3.01	ปานกลาง
4. เพื่อน	3.64	มาก
5. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ	3.31	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.29</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการศึกษาด้านความถี่ที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อ พบว่า สื่อที่ผู้รับบริการการท่องเที่ยวได้รับในระดับมากมาจากเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 3.64 แฟนพับมีค่าเฉลี่ย 3.51 และผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบโดยตรง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ได้รับข่าวสารในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 และ 2.95 ตามลำดับ

เมื่อศึกษาภาพรวมด้านความถี่ที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อ พบว่าผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้รับในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.29

## 6. ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

การศึกษาคือความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคือความเหมาะสมโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความเหมาะสมด้านราคาและการจัดการ และความเหมาะสมด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.9, 4.10 และ 4.11 ตามลำดับ

### 6.1 ความเหมาะสมด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ตารางที่ 4.9 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. ความน่าสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว	3.08	ปานกลาง
2. ความเหมาะสมในการจัดสถานที่ท่องเที่ยว	2.96	ปานกลาง
3. สภาพยานพาหนะในการเดินทาง	3.00	ปานกลาง
4. สภาพโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก	2.85	ปานกลาง
5. การอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า	3.00	ปานกลาง
6. ร้านอาหารที่เลือกให้ลูกค้า	2.73	น้อย
7. คุณภาพรสชาติอาหาร	2.64	น้อย
8. การให้บริการของมัคคุเทศก์ เกี่ยวกับข้อมูล	2.81	ปานกลาง
9. กิจกรรมที่จัดระหว่างการเดินทาง	2.62	ปานกลาง
10. ความสวยงามและความน่าประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว	3.14	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.88</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.9 ในการศึกษาความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ลักษณะความเหมาะสมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้รับบริการได้รับอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความสวยงามและความน่าประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.14 ความน่าสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.08 สภาพยานพาหนะในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 การอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.00 ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.96 สภาพโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก มีค่าเฉลี่ย 2.85 และการให้บริการมัคคุเทศก์เกี่ยวกับข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 2.81 ตามลำดับ และลักษณะความเหมาะสมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้รับบริการได้รับอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านร้านอาหารที่เลือกให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.73 คุณภาพ รสชาติอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2.64 และกิจกรรมที่จัดระหว่างการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 ตามลำดับ

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมระดับความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88

## 6.2 ความเหมาะสมด้านราคาและการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

การศึกษาความเหมาะสมด้านราคาและการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.10 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้านราคาข้อเสนอแก่ลูกค้าและการจัดการ

ราคาและการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. ความเหมาะสมของราคาแพ็คเกจ	2.77	ปานกลาง
2. แพ็คเกจทัวร์มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น	2.69	น้อย
3. แพ็คเกจทัวร์ที่ใช้ตรงตามความต้องการ	2.81	ปานกลาง
4. สามารถกำหนดความยืดหยุ่นในการจัดทำแพ็คเกจ	2.68	น้อย
5. การจัดซื้อหาแพ็คเกจเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว	3.04	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>2.79</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.10 การศึกษาความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้านราคาข้อเสนอแก่ลูกค้าและการจัดการ พบว่า ความเหมาะสมด้านราคาและการจัดการที่ผู้รับบริการได้รับในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดซื้อหาแพ็คเกจเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.04 แพ็คเกจทัวร์ที่ใช้ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.81 และความเหมาะสมของราคาแพ็คเกจ มีค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ และลักษณะความเหมาะสมในด้านราคาและการจัดการที่ผู้รับบริการได้รับในระดับน้อย ได้แก่ แพ็คเกจทัวร์มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 2.69 และแพ็คเกจสามารถกำหนดความยืดหยุ่นในการจัดทำแพ็คเกจ มีค่าเฉลี่ย 2.69

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในประเด็นด้านราคาข้อเสนอแก่ลูกค้าและการจัดการ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79

### 6.3 ความเหมาะสมในการให้บริการและการแก้ปัญหา

ตารางที่ 4.11 ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา

การให้บริการและการแก้ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1. การแก้ไขปัญหา อุปสรรคเฉพาะหน้า	2.84	ปานกลาง
2. การต่อรองราคาและการให้บริการ	2.48	น้อย
3. การให้บริการและการส่งเสริมหลังการขาย	2.40	น้อย
4. แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน	2.44	น้อย
5. เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ และพยายามแก้ปัญหา	2.80	ปานกลาง
เฉลี่ย	2.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 การศึกษาความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา ผลการศึกษาสามารถจัดระดับความเหมาะสมที่ผู้รับบริการได้รับออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ระดับความเหมาะสมที่ได้รับในระดับปานกลาง ได้แก่ การแก้ไขปัญหาอุปสรรคเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ย 2.84 และเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์

และพยายามแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.80 และ (2) ระดับความเหมาะสมที่ได้รับในระดับน้อย ได้แก่ การต่อรองราคาและการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.48 การต่อรองราคาและการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.48 การแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน มีค่าเฉลี่ย 2.44 และการให้บริการและการส่งเสริมหลังการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.40 ตามลำดับ

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในประเด็นในการให้บริการและการแก้ปัญหา พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.59

## ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จหลังจากได้ท่องเที่ยวไปกับบริษัทนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในอำเภอหาดใหญ่ ในประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท ค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว โฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย และความพึงพอใจในโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ รายละเอียดดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
<b>1. ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก</b>		
1.1 การติดต่อสื่อสาร	3.18	ปานกลาง
1.2 การคมนาคม	3.29	มาก
1.3 สาธารณูปโภค	3.13	ปานกลาง
1.4 โรงแรม/ที่พัก	3.42	มาก
1.5 ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ	3.25	ปานกลาง
1.6 มัคคุเทศก์	3.28	มาก
1.7 ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ	2.67	น้อย

ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา (ต่อ)

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
1.8 ระเบียบ/วิธีการเดินทาง	3.00	ปานกลาง
1.9 การต้อนรับของพนักงาน	3.33	มาก
<b>2. คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท</b>	3.25	ปานกลาง
<b>3. ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว</b>		
3.1 ราคาเหมาะสม	3.08	ปานกลาง
3.2 คุณภาพการให้บริการ	3.13	ปานกลาง
3.3 ความชัดเจนของราคา	3.21	ปานกลาง
<b>4. ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ</b>		
4.1 โทรทัศน์	2.82	ปานกลาง
4.2 วิทยุ	2.91	ปานกลาง
4.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ	3.17	ปานกลาง
4.4 หนังสือ	2.95	ปานกลาง
<b>5. การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว</b>	3.17	ปานกลาง
<b>6. รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว</b>		
6.1 แผนที่	2.50	น้อย
6.2 เส้นทางการเดินทาง	2.79	ปานกลาง
<b>7. ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว</b>		
7.1 การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	2.67	น้อย
7.2 กิจกรรม/สัมมนาการ	2.75	น้อย
<b>8. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว</b>	3.08	ปานกลาง
<b>9. การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย</b>	2.83	ปานกลาง



ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา (ต่อ)

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์
<b>10. โปรแกรมที่เสนอโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ</b>		
10.1 ราคา	2.96	ปานกลาง
10.2 สถานที่	3.33	มาก
10.3 สิ่งอำนวยความสะดวก	3.00	ปานกลาง
10.4 เวลา	2.96	ปานกลาง
10.5 ระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนด	2.83	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.03</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.12 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ซึ่งในการวิจัยนี้ได้แบ่งความพึงพอใจต่อผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จไว้ 10 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ด้านการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท (3) ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว (4) ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ (5) การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่าง (6) รายละเอียดของสถานที่ (7) ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว (8) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรค (9) การให้บริการและส่งเสริมหลังการขายและ (10) โปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**1) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ด**

พบว่า ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก ได้แก่ โรงแรมที่พัก การต้อนรับของพนักงานบริษัท การคมนาคม เช่น รถ/พาหนะที่บริการ และมัคคุเทศก์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 3.33 3.29 และ 3.28 ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในระดับปานกลาง ได้แก่ ความปลอดภัยและระบบประกันอุบัติเหตุ การติดต่อสื่อสาร สาธารณูปโภค และระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 3.18 3.13 และ 3.00 ตามลำดับ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในระดับน้อยในเรื่องของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.67

## 2) ด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25

## 3) ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว ได้แก่ ความชัดเจนของราคาคุณภาพการให้บริการ และราคาที่เหมาะสม พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21, 3.13 และ 3.08 ตามลำดับ

## 4) ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์โดยใช้หนังสือแนะนำเที่ยว การประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุ และการประชาสัมพันธ์โดยใช้โทรทัศน์ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17 2.95 2.91 และ 2.82 ตามลำดับ

## 5) การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นการส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17

## 6) การให้รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นการให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องการให้รายละเอียดเส้นทางเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยในเรื่องแผนที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.50

#### 7) ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นการร่วมกิจกรรม/สัมมนาการในระหว่างการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 และ 2.67 ตามลำดับ

#### 8) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว

พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.08

#### 9) การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย

พบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความพึงพอใจด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขายของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.83

#### 10) โปรแกรมที่เสนอโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในประเด็นโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ราคา เวลา และระเบียบ ข้อบังคับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 2.96 2.96 และ 2.83 ตามลำดับ

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในทุกประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03

### ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในการศึกษานี้เป็นการทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรอิสระประกอบด้วย อายุ ประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และการได้รับข่าวสารและตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาใน 10 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัท ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยว ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ด้านรายละเอียดของสถานที่ ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว ด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค และด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 4.13

**ตารางที่ 4.13** แสดงค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ตัวแปร	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	Y <sub>6</sub>	Y <sub>7</sub>	Y <sub>8</sub>	Y <sub>9</sub>	Y <sub>รวม</sub>
1. อายุ	-0.051	0.119	-0.211**	0.498**	-0.160**	-0.362**	-0.485**	0.134	0.218**	0.307*
2. ประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	-0.231*	-0.200*	0.277*	0.345**	-0.233*	-0.108	0.021	-0.176	0.172	0.749**
3. การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก	0.329*	0.197	0.155	0.051	0.149	0.243*	0.169	0.085	0.124	0.315**
4. รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	0.105	0.502**	0.216*	0.074	0.172*	0.302*	0.178	0.248*	0.08	0.163
5. พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยว	0.154	0.498**	0.021	0.464**	0.177*	0.026	0.325*	0.251*	0.181	0.450**
6. มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	0.597**	0.25*	0.077	0.144	0.355**	0.112	0.134	0.355**	0.212*	0.299*
7. การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	0.463**	0.143*	0.067	0.276**	0.327**	0.373**	0.326**	0.188	0.054	0.159

หมายเหตุ \* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Y<sub>1</sub> = ความพึงพอใจด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ Y<sub>2</sub> = ความพึงพอใจด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ Y<sub>3</sub> = ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว Y<sub>4</sub> = ความพึงพอใจด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ Y<sub>5</sub> = ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว Y<sub>6</sub> = ความพึงพอใจด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว Y<sub>7</sub> = ความพึงพอใจด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว Y<sub>8</sub> = ความพึงพอใจด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว Y<sub>9</sub> = ความพึงพอใจด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดของผลการศึกษาดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ ด้านการส่งเสริมการ ให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการ สินค้าท่องเที่ยว และด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการ การท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา มากขึ้น อาจจะเนื่องมาจากมีประสบการณ์ การท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

**สมมติฐานที่ 2** ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว และด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า ประสบการณ์ ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการ การให้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา มากขึ้นเช่นกัน อาจจะเนื่องมาจากมีความคุ้นเคยในการเตรียมตัว จัดการ และยอมรับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี

**สมมติฐานที่ 3** การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ การที่ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจมากขึ้นเช่นกัน

**สมมติฐานที่ 4** รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องมาจากผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเป็นผู้ตัดสินใจรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวก่อนเดินทางแล้ว ซึ่งหากไม่พึงพอใจก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนจนกว่าจะเหมาะสมและเกิดความพอใจก่อนเดินทางแน่นอน

**สมมติฐานที่ 5** พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว ด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในภาพรวม พบว่า พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา มากขึ้นเช่นกัน

**สมมติฐานที่ 6** มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ดีจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ เกิดความประทับใจและยินดีที่จะมาใช้บริการอีกครั้ง



**สมมติฐานที่ 7** การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ด้านการจัดตั้งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ ด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว ด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องมาจากการท่องเที่ยวต้องใช้ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นการตัดสินใจท่องเที่ยวแต่ละครั้งจึงใช้เวลานาน จึงไม่จำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถี่มากจนเกินไป เว้นแต่ช่วงวันหยุดหลายๆ วันหรือเทศกาลสำคัญๆ

#### ตอนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะ และยุทธศาสตร์การปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวที่รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จประสบปัญหาและมีข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.14 และ 4.15

**ตารางที่ 4.14** ปัญหาในการใช้บริการการท่องเที่ยว

ปัญหา	จำนวน <sup>1</sup>	ร้อยละ <sup>2</sup>
1. เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัด ไม่พอเพียง	142	43.55
2. การจําหน่ายเที่ยวไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่นำเสนอ	101	30.98
3. การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งเที่ยวน้อย	85	26.07
4. สาธารณูปโภคในการท่องเที่ยวไม่พร้อม	74	22.70
5. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะให้ความรู้	71	21.78
6. ราคาแพงเมื่อเทียบกับบริการที่นำเสนอ	65	19.94
7. ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย	51	15.64
8. อาหารไม่ถูกปาก	44	13.50
9. ผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการเดินทาง	32	9.82

หมายเหตุ <sup>1</sup> ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

<sup>2</sup> คิดเป็นร้อยละจาก n = 326 คน

จากตาราง 4.14 การศึกษาปัญหาในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวประสบได้แก่ เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัดไม่พอเพียงทำให้ไม่ค่อยได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ร้อยละ 43.55 รองลงมาเป็นการจัดนำเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่นำเสนอร้อยละ 30.98 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวน้อยร้อยละ 26.07 สาธารณูปโภคในการท่องเที่ยวไม่พร้อมร้อยละ 22.70 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะให้ความรู้ร้อยละ 21.78 ราคาแพงเมื่อเทียบกับการบริการที่นำเสนอร้อยละ 19.94 ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย ร้อยละ 15.64 อาหารไม่ถูกปากร้อยละ 13.50 ในขณะที่ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการนำเที่ยวร้อยละ 9.81

ตารางที่ 4.15 ข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน <sup>1</sup>	ร้อยละ <sup>2</sup>
1. ควรจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับเวลาที่เข้าชมแต่ละสถานที่	179	54.90
2. ควรมีการแจ้งและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เข้าชม	128	39.26
3. ควรมีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยวในขณะนำเที่ยว	112	34.35
4. ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคในการท่องเที่ยว	96	29.44
5. ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	74	22.69
6. ควรปรับปรุงระบบความปลอดภัย	26	7.97

หมายเหตุ <sup>1</sup> ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

<sup>2</sup> คิดเป็นร้อยละจาก n = 326 คน

จากตาราง 4.15 ข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรจัดโปรแกรมที่เหมาะสมกับเวลาที่เข้าชมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 54.90 รองลงมา คือ ควรมีการแจ้งและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เข้าชม ร้อยละ 39.26 ควรมีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยวในขณะนำเที่ยว ร้อยละ 34.35 ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคในการท่องเที่ยว ร้อยละ 29.44 ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ร้อยละ 22.69 ในขณะที่ข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดได้แก่ ควรปรับปรุงระบบความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ร้อยละ 7.97

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา และ (4) เพื่อเสนอแนะยุทธศาสตร์การให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างมาจากการสุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา จำนวน 326 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และใช้ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 ถึงเดือนมีนาคม 2551 ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### 1.1 สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการใช้บริการของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน

##### 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

พบว่า ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 34.66 ปี นับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่ไม่มีบุตร อาชีพของผู้รับบริการการท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับราชการ รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาปริญญาโท โดยมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาท

## 2) การใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมากที่สุดจำนวน 2-3 ครั้ง ซึ่งลักษณะการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวกับเพื่อนฝูง รองลงมาท่องเที่ยวกับกลุ่มญาติ

## 3) การได้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในปัจจุบัน

เมื่อศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.18$ ) ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.12$ ) ภาพรวมความเหมาะสมด้านพฤติกรรม และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.28$ ) และ ( $\bar{x} = 3.27$ ) ตามลำดับ

การได้รับข่าวสารของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ พบว่า ผู้ใช้บริการได้รับข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แผ่นพับ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ วิทยุ และสื่อโทรทัศน์ เมื่อศึกษาภาพรวมด้านความถี่ที่ได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อ พบว่า ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้รับในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.29$ )

## 4) ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

จากผลการวิจัยพบว่า ความเหมาะสมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนออยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.88$ ) ความเหมาะสมในด้านราคาและการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.79$ ) และความเหมาะสมในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.59$ )

## 1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในประเด็นด้านต่าง ๆ สามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 ระดับได้ดังต่อไปนี้

### 1) ความพึงพอใจในระดับมาก

พบว่า ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความพึงพอใจในระดับมากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ โรงแรม/ที่พัก ( $\bar{x} = 3.42$ ) การต้อนรับของพนักงานบริษัท ( $\bar{x} = 3.33$ ) การคมนาคม เช่น รถ/พาหนะที่บริการ และมัคคุเทศก์ ( $\bar{x} = 3.29$ ) และด้านโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในเรื่องสถานที่ ( $\bar{x} = 3.33$ )

## 2) ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

พบว่า ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยและระบบประกันอุบัติเหตุ ( $\bar{x} = 3.25$ ) การติดต่อสื่อสาร ( $\bar{x} = 3.18$ ) สาธารณูปโภค ( $\bar{x} = 3.13$ ) และระเบียบขั้นตอนในการเดินทาง ( $\bar{x} = 3.00$ ) ด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ( $\bar{x} = 3.25$ ) ด้านค่าใช้จ่ายเมื่อให้บริการท่องเที่ยวในประเด็นความชัดเจนของราคา ( $\bar{x} = 3.21$ ) คุณภาพการให้บริการ ( $\bar{x} = 3.13$ ) และราคาที่เหมาะสม ( $\bar{x} = 3.08$ ) ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่าง ๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ( $\bar{x} = 3.17$ ) การประชาสัมพันธ์โดยใช้หนังสือนำเที่ยว ( $\bar{x} = 3.17$ ) การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อวิทยุ ( $\bar{x} = 2.91$ ) และการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อโทรทัศน์ ( $\bar{x} = 2.82$ ) ด้านการส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.17$ ) ด้านการให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว ในเรื่องการให้รายละเอียดเส้นทางในการเดินทาง ( $\bar{x} = 2.79$ ) ด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.08$ ) ด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย ( $\bar{x} = 2.83$ ) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านโปรแกรมที่เสนอของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ในประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{x} = 3.00$ ) ราคา ( $\bar{x} = 2.96$ ) เวลา ( $\bar{x} = 2.96$ ) และระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนด ( $\bar{x} = 2.83$ )

## 3) ความพึงพอใจในระดับน้อย

พบว่า ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความพึงพอใจในระดับน้อยในเรื่องของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ ( $\bar{x} = 2.67$ ) ด้านการให้รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวในส่วนของแผนที่นำเที่ยว ( $\bar{x} = 2.50$ ) และด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว ประเด็นการร่วมกิจกรรม/สนทนาการในระหว่างการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 2.75$ ) และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 2.67$ )

ซึ่งเมื่อศึกษาภาพรวมความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาในทุกประเด็นพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.03$ )

### 1.3 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา สามารถนำมาสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตัวแปรตาม <sup>2</sup>	การยอมรับสมมติฐาน						
	อายุ	ประสบการณ์ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก	รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยว	มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ
Y <sub>1</sub>		✓	✓			✓	✓
Y <sub>2</sub>		✓		✓	✓	✓	✓
Y <sub>3</sub>	✓	✓		✓			
Y <sub>4</sub>	✓	✓			✓		✓
Y <sub>5</sub>	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Y <sub>6</sub>	✓		✓	✓			✓
Y <sub>7</sub>	✓				✓		✓
Y <sub>8</sub>				✓	✓	✓	
Y <sub>9</sub>	✓					✓	
Y <sub>รวม</sub>	✓	✓	✓		✓	✓	

หมายเหตุ <sup>1</sup> การยอมรับสมมติฐาน โดย ✓ = ยอมรับสมมติฐาน

<sup>2</sup> ตัวแปรตาม Y<sub>1</sub> = ความพึงพอใจด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ Y<sub>2</sub> = ความพึงพอใจด้านคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ Y<sub>3</sub> = ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยว Y<sub>4</sub> = ความพึงพอใจด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่าง ๆ Y<sub>5</sub> = ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว Y<sub>6</sub> = ความพึงพอใจด้านรายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว Y<sub>7</sub> = ความพึงพอใจด้านบริการสินค้าท่องเที่ยว Y<sub>8</sub> = ความพึงพอใจด้านการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว Y<sub>9</sub> = ความพึงพอใจด้านการให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย

ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (Y<sub>รวม</sub>) จากตาราง ได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลามากขึ้นเนื่องจากมีประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

**สมมติฐานที่ 2** ประสิทธิภาพในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลามากขึ้นเช่นกัน อาจจะเนื่องมาจากมีความคุ้นเคยในการเตรียมตัว จัดการ และยอมรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี

**สมมติฐานที่ 3** การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ การที่ผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจมากขึ้นเช่นกัน

**สมมติฐานที่ 4** รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่เหมาะสมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องมาจากผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเป็นผู้ตัดสินใจรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวก่อนเดินทางแล้ว ซึ่งหากไม่พึงพอใจก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนจนกว่าจะเหมาะสมและเกิดความพอใจก่อนเดินทางแน่นอน

**สมมติฐานที่ 5** พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้นเช่นกัน

**สมมติฐานที่ 6** มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ดี จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ เกิดความประทับใจและยินดีที่จะมาใช้บริการอีกครั้ง

**สมมติฐานที่ 7** การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องมาจากการท่องเที่ยวต้องใช้ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นการตัดสินใจท่องเที่ยวแต่ละครั้งจึงใช้ระยะเวลานาน จึงไม่จำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถี่มากจนเกินไป เว้นแต่ช่วงวันหยุดหลาย ๆ วัน หรือเทศกาลสำคัญ ๆ

#### **1.4 ปัญหาในการใช้บริการการท่องเที่ยว**

การศึกษาปัญหาในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการท่องเที่ยวประสบได้แก่ เวลาในการให้ผู้รับบริการเที่ยวชมมีจำกัดไม่พอเพียงทำให้ไม่ค่อยได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ รองลงมาเป็นการจัดนำเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามโปรแกรมที่นำเสนอ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งเที่ยวน้อย สาธารณูปโภคในการท่องเที่ยวไม่พร้อม แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีข้อมูลเพียงพอที่จะให้ความรู้ ราคาแพงเมื่อเทียบกับการบริการที่นำเสนอ ความเป็นกันเองระหว่างไกด์กับนักท่องเที่ยวมีน้อย อาหารไม่ถูกปาก ในขณะที่ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือผู้นำเที่ยวไม่ค่อยแก้ปัญหาในระหว่างการนำเที่ยว

#### **1.5 ข้อเสนอแนะการให้บริการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ**

จากการวิจัย ผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้แสดงความคิดเห็นด้านข้อเสนอแนะการให้บริการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จว่าประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรจัดโปรแกรมที่เหมาะสมกับเวลาที่เที่ยวชมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ควรมีการแจ้งและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เที่ยวชม ควรมีการแก้ปัญหาให้กับผู้ท่องเที่ยวในขณะนำเที่ยว ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคในการท่องเที่ยว ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ในขณะที่ข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดได้แก่ ควรปรับปรุงระบบความปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยว



## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 อายุของผู้รับบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากคนที่มีอายุมากจะเข้าใจขั้นตอนและวิธีการจัดการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และทราบความต้องการของตนเองได้อย่างแท้จริงมากกว่าผู้รับบริการที่มีอายุน้อย เพราะผู้รับบริการที่มีอายุน้อยต้องการได้รับการดูแลจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวมาก่อน

2.2 ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของผู้รับบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมาแล้วจะมีความรู้และความเข้าใจขั้นตอน และวิธีการท่องเที่ยวได้ไม่ยาก จึงรู้ว่าท่องเที่ยวแบบใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตนได้มากที่สุดและพบว่า ผู้รับบริการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์สามารถปรับตัวเข้ากับรายการทัวร์ได้อย่างเหมาะสม และสามารถพูดคุยเพื่อปรับเปลี่ยนการเดินทางและการบริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อให้ตนเองเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.3 การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์หากได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีพร้อมก็ย่อมทำให้อารมณ์ ความรู้สึก บรรยากาศ และเกิดความพึงพอใจที่ดีขึ้นด้วย

2.4 รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่เหมาะสม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจัดไว้ นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้พิจารณาสถานที่ ราคา เวลา ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ไว้ครบถ้วนก่อนทำการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จไว้แล้ว จึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

**2.5 พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้รับบริการจะทำการตรวจสอบพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จทั้งด้านการบริการก่อน-หลังดีมากน้อยเพียงไร ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจที่จะติดต่อซื้อหรือบอกต่อ ๆ กันไปเพื่อขอซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในครั้งต่อ ๆ ไปหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

**2.6 มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องด้วยพฤติกรรมมนุษย์ส่วนใหญ่ต้องการการปฏิบัติสัมพันธ์กับบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ไม่พูดจาหยาบคาย ไม่นินทาบุคคลอื่น สามารถเข้ากับทุกคนได้ดี ก็จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจได้

**2.7 การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ** พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจจะเนื่องจากผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่ต้องการรับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่มากเกินไป เพราะส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวแบบนาน ๆ ครั้ง ในโอกาสพิเศษหรือเทศกาล เพราะการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งต้องใช้งบประมาณเยอะ จึงไม่จำเป็นต้องได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่มากเกินไป

### **3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย**

สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า ประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความสมกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ รองลงมาคือ ควรมีการแจ้งและให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่เที่ยวนั้น ดังนั้น มัคคุเทศก์ผู้นำเที่ยวควรมีความรู้หรือศึกษาสถานที่ที่นำไปเที่ยวให้ละเอียดและชัดเจนเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ประเด็นต่อมาคือ ควรมีการแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวในขณะนำเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจึงควรเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี ประเด็นการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว นั่นคือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรประสานงานกับแหล่งท่องเที่ยว พาหนะ โรงแรมที่พัก อาหาร ร้านจำหน่าย

สินค้าที่ระลึกให้พร้อมกับจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวก ความสะอาด ในขณะที่ข้อเสนอแนะที่น้อยที่สุดได้แก่ การปรับปรุงด้านระบบความปลอดภัยในระหว่างการท่องเที่ยว แต่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จก็ไม่ควรประมาทเป็นอย่างยิ่ง เพราะหากเกิดเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยใด ๆ ขึ้นมา ก็ย่อมส่งผลเสียต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ได้มากเช่นกัน

#### 4. ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

##### 4.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการทำให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา พบว่าการใช้แบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการสอบถามผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเพียงฝ่ายเดียว จึงยังไม่สามารถสะท้อนภาพรวมของการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จได้ ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวัดความพึงพอใจทั้งด้านผู้รับบริการและด้านผู้ให้บริการ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงการให้บริการที่ครอบคลุมทุกด้านมากยิ่งขึ้นและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

##### 4.2 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไปอีก ผู้วิจัยจึงได้ประมวลผลการวิจัยในเชิงข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จนำยุทธศาสตร์เหล่านี้ไปปรับปรุงใช้ในพัฒนากิจการของตนเองได้ โดยแบ่งข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จออกเป็น 7 ด้านได้แก่ อายุของผู้รับบริการ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของผู้รับบริการ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้รับบริการ รูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และการได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์	แนวทางการดำเนินงาน
<p>1. ยุทธศาสตร์การจัดรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยว</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดรูปแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจย่อมดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกรอยยิ้มไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ถึงแม้ว่าจะมีราคาขายค่อนข้างแพง แต่ถ้าน่าสนใจและมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะซื้อโปรแกรมนำเที่ยวนั้น ๆ หากให้คุณค่าทางจิตใจที่มากขึ้น และถ้าผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถจัดบริการตอบสนองความพอใจได้มากเท่าใด ก็จะสามารถสร้างราคาที่สูงกว่าราคาจริงได้มากขึ้นเท่านั้น</li> <li>2. ปรับระดับโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว</li> <li>3. ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดไว้แบบเดิม ๆ ในรายการใดรายการหนึ่งหรือหลายรายการ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพราะสินค้าหรือบริการใดก็ตามที่สามารถผลิตได้เป็นรายแรกและเป็นที่นิยมชมชอบก็หมายถึงความมีชื่อเสียง และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น ยิ่งทำให้บริษัทนำเที่ยวนั้น ๆ สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้น</li> </ol>
<p>2. ยุทธศาสตร์ด้านการบริการและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การให้บริการลูกค้าด้วยมิตรภาพที่ดี ปรึกษาทำทางที่แสดงออกและควรแสดงไมตรีจิตที่ดีต่อลูกค้าอย่างจริงใจทั้งผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และรวมถึง พนักงานทุก ๆ ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>2. การสร้างความแตกต่างด้านการบริการและรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ระหว่างบริษัทตนเองและบริษัทคู่แข่งกัน โดยมุ่งเน้นคุณภาพ จุดอ่อน จุดแข็ง ลักษณะเด่นของโปรแกรม และเน้นความเป็นหนึ่งของการบริการ จะทำให้โปรแกรมการท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความแตกต่างจากคู่แข่งกัน ซึ่งจะช่วยให้การกำหนดราคาสูงขึ้นได้</li> </ol>

ยุทธศาสตร์	แนวทางการดำเนินงาน
<p><b>3. ยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม</b></p> <p>3.1. ยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรวางแผนการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการนำเที่ยว ได้แก่ พาหนะในการนำเที่ยวในแต่ละสถานที่ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงจุดหมายปลายทาง และจากจุดหมายปลายทางมายังจุดเริ่มต้น</li> <li>2. ความสะอาดสบายของที่พักร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีคุณภาพที่นักท่องเที่ยวจะต้องศึกษารายละเอียดการนำเที่ยวให้ชัดเจน ตลอดจนแหล่งขายสินค้าที่ระลึก</li> <li>3. จัดโปรแกรม กิจกรรมบันเทิงให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เพื่อเป็นการเข้าถึงความต้องการอย่างแท้จริงของกลุ่มนักท่องเที่ยว และเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก ตื่นเต้นประทับใจที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จสามารถรับรู้ถึงความรู้สึกว่าลูกค้าต้องการ โปรแกรมแบบใด เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จรายอื่น ๆ เช่น การจัดเค้กวันเกิดให้แก่ผู้รับบริการ</li> </ol>
<p><b>4. ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหา</b></p> <p>4.1. ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหา</p> <p>4.1.1. ปัญหา</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต้องมีความรู้ในการให้บริการที่ดี รวมทั้งการอบรมให้พนักงานในองค์กรสามารถแก้ปัญหาระหว่างการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีความคล่องตัวในการประสานงาน และสร้างความเข้าใจที่ดีได้อย่างดีเยี่ยม</li> <li>2. การรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ จะทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จทราบถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี และสามารถนำทริคเหล่านั้นมาปรับใช้สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปในครั้งต่อไปได้ และทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จทราบถึงระบบการทำงาน ข้อบกพร่องของผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละส่วนงานได้เป็นอย่างดี</li> </ol>

ยุทธศาสตร์	แนวทางการดำเนินงาน
5. ยุทธศาสตร์ด้านสัมพันธภาพ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างสัมพันธภาพกับผู้รับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจ ควรบริการด้วยใจจริงไม่แสวงหา รวมทั้งการอบรมพนักงานทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอในด้านการบริการด้วยใจจริง</li> <li>2. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรมีการดูแลลูกค้าประจำเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ยั่งยืน โดยให้พนักงานการตลาดติดต่อกับลูกค้าโดยตรง โดยการเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเยี่ยมทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าที่มีแนวโน้มจะใช้บริการ</li> </ol>
6. ยุทธศาสตร์ด้านประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป การจัดบริการนำเที่ยว และจัดทำ Website บริษัท เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แก่ลูกค้าเก่าและใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>2. ส่งข้อมูลแฟ้มกิจการท่องเที่ยวในเส้นทางใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ</li> </ol>
7. ยุทธศาสตร์ด้านการเก็บรวบรวม สถิติ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรจัดทำข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวที่รับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเพื่อศึกษาความต้องการ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ สัมภาษณ์ความพึงพอใจหลังการรับบริการ ซึ่งความพึงพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ และเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการอีกครั้ง เพราะถ้าไม่พอใจก็จะไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จควรให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไป</li> <li>2. จัดทำบันทึกรายละเอียดของลูกค้าแต่ละองค์กรที่มารับบริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อครั้งต่อ ๆ ไปจะได้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของบริษัท ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดเก็บ Email address รายบุคคล เพื่อส่งผ่านข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต</li> </ol>

#### 4.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่หน่วยงานภาครัฐ

ด้วยประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับโลก ดังนั้นเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษาวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา มาประมวลผลเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ในประเด็นดังต่อไปนี้

1) ผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเร่งฟื้นฟูความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยว ในภูมิภาคทั้งด้านการตลาดการขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

2) บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย

3) สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนมีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล

4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์ การท่องเที่ยว และการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้า และ บริการท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้ให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

5) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความมั่นใจในการบริหารวิกฤติ อำนาจความสะดวก ให้ความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2551. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551. <http://www.mots.go.th/strategy/stTourism47-51/chartTourism.files/frame.htm#slide0003.htm>. [เข้าถึง 2 กรกฎาคม 2551].
- กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. รายงานสรุปแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับประเทศ. กรุงเทพมหานคร : กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กาญจนา กังแฮ. 2545. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการงานทะเบียนและภาษีรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ : ศึกษากรณีสำนักงานขนส่งจังหวัดพัทลุง. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กาญจนา มณีแสง. 2550. โครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก. ม.ป.ท.
- กิตติพงษ์ ศิริพันธ์. 2538. วัฒนธรรมและผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของกีฬาไคชุนในจังหวัดสงขลา. ปริญญาโท ศศ.ม. สงขลา : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒภาคใต้.
- เกรียงไกร มุสิกวงษ์. 2531 ความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์ที่มีต่อการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของผู้บริหารวิทยาลัยพลศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จรัส สุวรรณมาลา. 2539. การตรวจสอบผลการดำเนินงาน : กลยุทธ์ในการปรับปรุงบริการภาครัฐ. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ. พิมพ์ครั้งที่ 1.
- จินตนา คงเหมือนเพชร. 2541. ความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการของเทศบาลเมืองปัตตานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศึกษาศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมณี สมรัก. 2549. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย. รายงานการวิจัย. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชาญชัย ดวงจิตต์. 2536. การท่องเที่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยา. จุลสารการท่องเที่ยว (เมษายน). 2(3) : 76.
- ชุมพล สัจขปริษา. 2531. ปรัชญาและทฤษฎีการเมืองว่าด้วยธรรมชาติมนุษย์. กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. 2536. ผู้ว่าราชการจังหวัด. โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง, กรุงเทพฯ.

- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2538. องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** (ตุลาคม-ธันวาคม). 14(4) : 39-44.
- ดวงฤดี เสือสิงห์. 2548. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการพิธีการศุลกากรในการให้บริการส่งสินค้าไปต่างประเทศ ณ ด้านศุลกากรป่าดงเบขาร์ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ถาวร โพธิสมบัติ. 2535. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการให้บริการประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณีการให้บริการประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- นวลนิษฐ์ ฤทธิรักษ์. 2538. แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2538. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** (มกราคม-มีนาคม). 14(1) : 19-31.
- นัยนา คำกันศิลป์. 2535. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหม่าจ่ายประเภทเรือสำราญ : กรณีศึกษา เรือรอยัลโดมอนด์. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. 2536. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นิคม จารุมณี. 2544. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ พิมพ์ครั้งที่ 2.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว : ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด ,
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประคอง วรรณสุด. 2538. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภารัตน์ นายศิริพันธ์ และสิริวรรณ หยกวิจิตร. 2547. ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของงานทะเบียนกลาง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ปี พ.ศ. 2547. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปรัชญา เวสารัชช์. 2540. บริการประชาชน-ทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ). คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ.
- พรเพ็ญ กาญจนมณี. 2541. บทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของกำนันผู้ใหญ่บ้านในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ.

- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. 2546. คู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพมหานคร. บริษัท เอ็กซ์เบอร์เน็ต จำกัด.
- มณีวรรณ ต้นไทย. 2533. พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มัลลิกา เกื้อปัญญา. 2532. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์และสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพดี เสตพรรณ. 2548. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : พิษณุภัณฑ์พิมพ์.
- ยุพดี ลิ้มมธุรสกุล. 2541. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร ศึกษาสำนักงานเขตพระนคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรศาสบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร.
- ยุวภรณ์ ชูพรหม. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาควนเนียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา. ภาคนิพนธ์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- รักเมืองไทยทัวร์. 2551. จังหวัดสงขลา. <http://www.rakmuangthaitour.com/province/songkhla/index.php>. [เข้าถึง 2 กรกฎาคม 2551].
- เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดสงขลา, สำนักงาน. 2540. แผนพัฒนาจังหวัด 5 ปี (พ.ศ. 2540-2544) จังหวัดสงขลา ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1. ม.ป.ท.
- วรรณ วังควานิช. 2539. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วารภรณ์ ภาตั้งใจจริง. 2544. การมีส่วนร่วมของผู้ดำรงตำแหน่งในองค์การบริหารส่วนตำบลและเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการศึกษาของโรงเรียนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน : ศึกษากรณี ตำบลเสม็ดเหนือ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. 2530. ท้องถิ่นจะช่วยการท่องเที่ยวได้อย่างไร. จุลสารการท่องเที่ยว (เมษายน). 6(2) : 13.
- วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์. 2539. การพัฒนาคุณภาพการบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัท ประชาชน จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.
- เศกสรรค์ ขวณิษฐ์. 2535. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. ม.ป.ท.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย สาขาวิจัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร. 2532. การศึกษาเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สมพร มณีไมตรีจิต. 2530. สรุปสาระสำคัญของแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว. **จุลสารการท่องเที่ยว**. (เมษายน). 6(2) : 16.
- สมิต สัจฉกร. 2542. การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด.
- สันติ ชูดิษฐา. 2530. บทบาทและศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันตก. **จุลสารการท่องเที่ยว**. (เมษายน). 6(2) : 25-30.
- สำนักงานการท่องเที่ยวภาคใต้ เขต 1. 2550. ข้อมูลสถิติการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ปี 2549. 5-104.
- สุภาพร มากแจ้ง. 2534. **หลักมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสรี วังสีไพจิตร. 2530. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีการท่องเที่ยวไทย 2530. **จุลสารการท่องเที่ยว** (มกราคม). 6(1) : 7.
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์. 2549. **บัญชีรายชื่อนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของ หก.หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์ พ.ศ. 2549**. บัญชีรายชื่อนักท่องเที่ยว. (1 : 70).
- อนิรุทธ ทองจันทร์. 2537. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญในสำนักงานการประถมศึกษา อำเภอ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อนิสรา เกลี้ยงอุบล. 2546. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักทอที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินการ  
ให้บริการการทอเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการทอเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ  
ในจังหวัดสงขลา

วันที่ตอบแบบสอบถาม.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ศาสนา.....
4. สถานภาพ  โสด  สมรส จำนวนบุตร.....คน
5. ระดับการศึกษา  ระดับมัธยม  ปวศ.  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก
6. อาชีพ.....
7. รายได้ต่อเดือน  (4,000-9,000 บาท)  (9,000-20,000 บาท)  (20,000 บาทขึ้นไป)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการทอเที่ยวและพฤติกรรมผู้ประกอบการทอเที่ยว  
แบบเบ็ดเสร็จ

1. การใช้บริการทอเที่ยว

1.1 ประสิทธิภาพของท่านในการใช้บริการการทอเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากบริษัทนำเที่ยว  
.....ครั้ง

1.2 ลักษณะการทอเที่ยวของท่าน

- คนเดียว เหตุผล.....
- เป็นกลุ่มญาติ เหตุผล.....
- เพื่อนฝูง เหตุผล.....
- กลุ่มทำงาน เหตุผล.....
- อื่นๆ เหตุผล.....

1.3 ระดับความสะดวกที่ท่านได้รับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบ  
เบ็ดเสร็จ

สิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความสะดวกที่ได้รับ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. พาหนะนำเที่ยว				
2. โรงแรม/ที่พัก				
3. สาธารณูปโภค				
4. ข้อมูลที่ได้รับ/คำชี้แจง				
5. การต้อนรับอบอุ่น				
6. มัคคุเทศก์				
7. ระบบความปลอดภัย				
8. การคมนาคม/สื่อสาร				

1.4 รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความเหมาะสม

รูปแบบโปรแกรม	ความเหมาะสม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. สมบูรณ์ครบถ้วนเข้าใจง่ายมี รายละเอียดพร้อม				
2. ความเหมาะสมของราคากับ โปรแกรม นำเที่ยวส่วนใหญ่				
3. ความยืดหยุ่นของโปรแกรมนำเที่ยว				

2. พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบ เบ็ดเสร็จ	ความเหมาะสม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. ความรู้ในการให้บริการท่องเที่ยว				
2. การแก้ปัญหาระหว่างการท่องเที่ยว				
3. ความรวดเร็วในการประสานงานและ สร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว				



### 3. มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแบบเบ็ดเสร็จ

ลักษณะมนุษยสัมพันธ์	ความเหมาะสม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. ความเป็นกันเอง				
2. ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง				
3. การประนีประนอมเมื่อเกิดปัญหา				
4. ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า				
5. การแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิก อย่างเสมอ				

### 4. การได้รับข่าวสาร

4.1 ท่านได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อแหล่งใดมากที่สุด

- แผ่นพับ
- วิทยุ
- โทรทัศน์
- เพื่อน
- อื่นๆ

4.2 ท่านคิดว่าโดยทั่วไปท่านได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	ความถี่			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีเลย
1. แผ่นพับ				
2. วิทยุ				
3. โทรทัศน์				
4. เพื่อน				
5. ผู้ประกอบการแจ้งให้ทราบ				

## 5. ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการ

### 5.1 ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	ความเหมาะสม			
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
1. ความน่าสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว				
2. ความเหมาะสมในการจัดสถานที่ท่องเที่ยว				
3. สภาพยานพาหนะในการเดินทาง				
4. สภาพโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก				
5. การอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า				
6. ร้านอาหารที่เลือกให้ลูกค้า				
7. คุณภาพรสชาติอาหาร				
8. การให้บริการของมัคคุเทศก์ เกี่ยวกับข้อมูล				
9. กิจกรรมที่จัดระหว่างการเดินทาง				
10. ความสวยงามและความน่าประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว				

### 5.2 ความเหมาะสมของราคาและการจัดการ

ราคาและการจัดการ	ความเหมาะสม			
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
1. ความเหมาะสมของราคาแพ็คเกจ				
2. แพ็คเกจทัวร์มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น				
3. แพ็คเกจทัวร์ที่ใช้ตรงตามความต้องการ				
4. สามารถกำหนดความยืดหยุ่นในการจัดทำแพ็คเกจ				
5. การจัดซื้อหาแพ็คเกจเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว				

### 5.3 ความเหมาะสมด้านการให้บริการและการแก้ปัญหา

การให้บริการและการแก้ปัญหา	ความเหมาะสม			
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
1. การแก้ไขปัญหา อุปสรรคเฉพาะหน้า				
2. การต่อราคาและการให้บริการ				
3. การให้บริการและการส่งเสริมหลังการขาย				
4. แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน				
5. เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ และพยายามแก้ปัญหา				

### ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแบบเบ็ดเสร็จ

เมื่อท่านได้ไปท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ ท่านมีความพึงพอใจในการบริการของบริษัทนำเที่ยวในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็น/หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ
1. ด้านการจัดตั้งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแบบเบ็ดเสร็จ				
1.1 การติดต่อสื่อสาร				
1.2 การคมนาคม เช่น รถ/พาหนะที่บริการ				
1.3 สาธารณูปโภค เช่น น้ำดื่มและยา				
1.4 โรงแรม/ที่พัก				
1.5 ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ				
1.6 มัคคุเทศก์				
1.7 ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ				
1.8 ระเบียบ/วิธีการเดินทางสำหรับผู้ท่องเที่ยว				
1.9 การต้อนรับของพนักงานบริษัท				

ประเด็น/หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ
2. ด้านการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ (ประสิทธิภาพในการดำเนินการ)				
3. ราคาในการใช้บริการท่องเที่ยว				
3.1 ราคาทัวร์ที่เหมาะสม				
3.2 คุณภาพการให้บริการกับราคาที่ต้องจ่าย				
3.3 ความชัดเจนของราคาทัวร์ที่บริษัทเสนอ				
4. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ				
4.1 โทรทัศน์				
4.2 วิทยุ				
4.3 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ				
4.4 หนังสือ				
5. การส่งเสริมและให้ความรู้ในระหว่างการท่องเที่ยว				
6. รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว				
6.1 แผนที่				
6.2 เส้นทางการเดินทาง				
7. การบริการสินค้าท่องเที่ยว				
7.1 การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น/ ประสิทธิภาพดำเนินงานของบริษัท				
7.2 กิจกรรม/สันทนาการที่จัดระหว่างการเดินทาง				
8. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง				
9. การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย				

ประเด็น/หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ
<b>10. โปรแกรมที่เสนอโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ</b>				
10.1 ราคา				
10.2 สถานที่				
10.3 สิ่งอำนวยความสะดวก				
10.4 เวลา				
10.5 ระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนดการท่องเที่ยว				

**ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ**

1. ปัญหาในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของท่านจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่ท่านได้ใช้บริการ

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....
- 4) .....
- 5) .....

2. ข้อเสนอแนะการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของท่านจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจให้กับท่าน

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....
- 4) .....
- 5) .....



ภาคผนวก ข

ตัวชี้วัดและการให้คะแนนตัวชี้วัด

## ตัวชี้วัดและการให้คะแนนตัวชี้วัด

สำหรับตัวชี้วัดและการให้คะแนนตัวชี้วัดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตัวชี้วัดที่เป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่เหมาะสม พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ และการได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 อายุ	คะแนน
ตอบตามจำนวนจริง (ปี)	
1.2 ประสบการณ์ในการใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	
ตอบตามจำนวนจริง (ครั้ง)	
1.3 ระดับความสะดวกที่ได้รับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ	
1.3.1 พาหนะนำเที่ยว	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1
1.3.2 โรงแรมที่พัก	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1
1.3.3 สาธารณูปโภค	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

คะแนน

1.3.4 ข้อมูลที่ได้รับ/คำชี้แจง

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.3.5 การต้อนรับอบอุ่น

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.3.6 มัคคุเทศก์

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.3.7 ระบบความปลอดภัย

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.3.8 การคมนาคม/สื่อสาร

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1



#### 1.4 รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่เหมาะสม

##### 1.4.1 โปรแกรมนำเที่ยวสมบูรณ์ เข้าใจง่าย

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

##### 1.4.2 ราคาเหมาะสมกับโปรแกรม

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

##### 1.4.3 ความยืดหยุ่นของโปรแกรม

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

#### 1.5 พฤติกรรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

##### 1.5.1 ความรู้ในการให้บริการ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

##### 1.5.2 การแก้ปัญหาระหว่างการท่องเที่ยว

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

คะแนน

1.5.3 ความคล่องตัวในการประสานงาน และสร้างความเข้าใจกับ

นักท้องเที่ยว

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

ไม่มีเลย 1

1.6 มนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

1.6.1 ความเป็นกันเอง

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

ไม่มีเลย 1

1.6.2 ความอะลุ่มอล่วยในเรื่องที่ต้องต่อรอง

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

ไม่มีเลย 1

1.6.3 การประณีตประนอมเมื่อเกิดปัญหา

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

ไม่มีเลย 1

1.6.4 ความเอาใจใส่และสนใจลูกค้า

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

ไม่มีเลย 1

คะแนน

1.6.5 การแจ้งข่าวสารที่จำเป็นแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.7 การได้รับข่าวสารจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

1.7.1 แผ่นพับ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.7.2 วิทยุ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.7.3 โทรทัศน์

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.7.4 เพื่อน

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

1.7.5 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จแจ้งให้ทราบ

	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มีเลย	1

2. **ตัวชี้วัดที่เป็นตัวแปรตาม** คือ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย

2.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

2.1.1 การติดต่อสื่อสาร

	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.1.2 การคมนาคม

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.1.3 สาธารณูปโภค

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

	คะแนน
2.1.4 โรงแรม/ที่พัก	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1
2.1.5 ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1
2.1.6 มัคคุเทศก์	คะแนน
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1
2.1.7 ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1
2.1.8 ระเบียบ/วิธีการเดินทาง	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1
2.1.9 การต้อนรับของพนักงาน	
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

## 2.2 คุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบ

### เบ็ดเสร็จ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

## 2.3 ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

### 2.3.1 ราคาเหมาะสม

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

### 2.3.2 คุณภาพการให้บริการ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

### 2.3.3 ความชัดเจนของราคา

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

## 2.4 ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ

### 2.4.1 โทรทัศน์

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

คะแนน

2.4.2	วิทยุ	
	มาก	4
	ปานกลาง	3
	น้อย	2
	ไม่ฟังพอใจ	1
2.4.3	สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ	
	มาก	4
	ปานกลาง	3
	น้อย	2
	ไม่ฟังพอใจ	1
2.4.4	หนังสือ	
	มาก	4
	ปานกลาง	3
	น้อย	2
	ไม่ฟังพอใจ	1
2.5	การส่งเสริมและให้ความรู้ระหว่างการท่องเที่ยว	
	มาก	4
	ปานกลาง	3
	น้อย	2
	ไม่ฟังพอใจ	1
2.6	รายละเอียดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	
2.6.1	แผนที่	
	มาก	4
	ปานกลาง	3
	น้อย	2
	ไม่ฟังพอใจ	1

คะแนน

2.6.2 เส้นทางการเดินทาง

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.7 การบริการสินค้าท่องเที่ยว

2.7.1 การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.7.2 กิจกรรม/สันทนาการ

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.8 การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการท่องเที่ยว

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

2.9 การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1



ตัวชี้วัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินการให้บริการ  
ท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จในจังหวัดสงขลา =  
 $2.1+2.2+2.3+2.4+2.5+2.6+2.7+2.8+2.9$

ค่าคะแนนที่เป็นไปได้คือ 9-36

ระดับความพึงพอใจน้อย = ค่าคะแนนที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของข้อคำถามทั้งหมด

ระดับความพึงพอใจมาก = ค่าคะแนนที่สูงตั้งแต่ค่าเฉลี่ยของข้อคำถามทั้งหมดขึ้นไป





ภาคผนวก ค  
ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)  
สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ ) ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

## Reliability

### 1. การได้รับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจากการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	13.0000	17.1579	.7837	.7542	.9169
A2	12.8000	15.2211	.8118	.8746	.9109
A3	12.8500	17.3974	.8308	.9262	.9166
A4	12.3000	13.2737	.7450	.8259	.9335
A5	12.7000	15.5895	.8055	.9164	.9114
A6	12.7500	16.4079	.8243	.9288	.9120
A7	12.9500	17.2079	.7947	.8983	.9167
A8	12.8500	15.7132	.7831	.9331	.9132

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients 8 items

Alpha = .9258 Standardized item alpha = .9458

- หมายเหตุ

สัญลักษณ์	ชื่อตัวแปร
A1	พาหนะนำเที่ยว
A2	โรงแรม/ที่พัก
A3	สาธารณูปโภค
A4	ข้อมูลที่ได้รับ/ค่าชี้แจง
A5	การต้อนรับอบอุ่น
A6	มัคคุเทศก์
A7	ระบบความปลอดภัย
A8	การคมนาคม/สื่อสาร

## 2. ความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการ

### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	36.3500	70.9763	.5370	.	.8810
B2	35.5500	64.3658	.6171	.	.8775
B3	35.8500	65.2921	.5294	.	.8819
B4	36.3500	71.5026	.4805	.	.8823
B5	36.1000	67.5684	.4518	.	.8843
B6	36.0000	66.8421	.4966	.	.8824
B7	35.6000	64.5684	.7254	.	.8729
B8	36.6000	71.9368	.4936	.	.8823
B9	36.4000	71.6211	.5566	.	.8813
B10	36.5000	71.7368	.5174	.	.8818
B11	36.5000	71.7368	.5174	.	.8818
B12	36.3500	72.2395	.5018	.	.8825
B13	35.9500	65.7342	.5521	.	.8802
B14	36.5000	71.9474	.4923	.	.8824
B15	36.5000	71.9474	.4923	.	.8824
B16	35.7500	69.5658	.4686	.	.8822
B17	35.6500	69.1868	.4841	.	.8818
B18	36.4000	71.8316	.5304	.	.8818
B19	36.2500	68.7237	.5103	.	.8809
B20	35.8000	69.2211	.5068	.	.8810

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients 20 items

Alpha = .8865 Standardized item alpha = .9012

- หมายเหตุ

สัญลักษณ์	ชื่อตัวแปร
B1	ความน่าสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว
B2	ความเหมาะสมในการจัดสถานที่ท่องเที่ยว
B3	สภาพยานพาหนะในการเดินทาง
B4	สภาพโรงแรมหรือรีสอร์ทที่พัก
B5	การอำนวยความสะดวกต่อลูกค้า
B6	ร้านอาหารที่เลือกให้ลูกค้า
B7	คุณภาพ รสชาติอาหาร
B8	การให้บริการของมัคคเทศก์ เกี่ยวกับข้อมูล
B9	กิจกรรมที่จัดระหว่างการเดินทาง
B10	ความสวยงามและความน่าประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว
B11	ความเหมาะสมของราคาแพ็คเกจ
B12	แพ็คเกจทัวร์มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น

B13	แพ็คเกจทัวร์ที่ใช้ตรงตามความต้องการ
B14	สามารถกำหนดความยืดหยุ่นในการจัดทำแพ็คเกจ
B15	การจัดซื้อหาแพ็คเกจเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว
B16	การแก้ไขปัญหา อุบัติเหตุเฉพาะหน้า
B17	การต่อรองราคาและการให้บริการ
B18	การให้บริการและการส่งเสริมหลังการขาย
B19	แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน
B20	เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ และพยายามแก้ปัญหา

### 3. ความพึงพอใจของผู้รับบริการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

##### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	35.3500	47.5026	.6438	.	.9066
C2	35.4000	48.4632	.5324	.	.9084
C3	35.4000	47.5158	.7253	.	.9059
C4	35.4000	48.5684	.5112	.	.9087
C5	35.4000	49.0947	.4060	.	.9101
C6	35.3500	48.2395	.5096	.	.9086
C7	35.4500	48.8921	.5405	.	.9087
C8	35.4500	48.8921	.5405	.	.9087
C9	35.4500	48.2605	.6917	.	.9070
C10	35.3000	48.3263	.4516	.	.9094
C11	35.3500	48.7658	.4150	.	.9099
C12	35.3500	48.7658	.4150	.	.9099
C13	35.1000	45.7789	.4826	.	.9109
C14	34.8000	45.6421	.5329	.	.9091
C15	35.4000	48.6737	.4901	.	.9090
C16	35.2500	47.3553	.5775	.	.9073
C17	35.3500	47.8184	.5861	.	.9074
C18	35.4000	48.5684	.5112	.	.9087
C19	35.3000	48.1158	.4868	.	.9089
C20	35.4000	48.3579	.5537	.	.9081
C21	35.4000	48.0421	.6177	.	.9073
C22	35.2500	47.4605	.5606	.	.9076
C23	35.4500	48.2605	.6917	.	.9070
C24	35.4000	48.8842	.4479	.	.9095
C25	35.3000	48.5368	.4166	.	.9100
C26	35.2500	48.3026	.4268	.	.9099
C27	34.6000	46.5684	.4023	.	.9130
C28	34.7000	45.4842	.4715	.	.9120
C29	35.4000	48.4632	.5324	.	.9084

Reliability Coefficients 29 items  
 Alpha = .9117 Standardized item alpha = .9261

- หมายเหตุ

สัญลักษณ์	ชื่อตัวแปร
C1	การติดต่อสื่อสาร
C2	การคมนาคม เช่น รถ/พาหนะที่บริการ
C3	สาธารณูปโภค เช่น น้ำดื่มและยา
C4	โรงแรม/ที่พัก
C5	ความปลอดภัย/ระบบประกันอุบัติเหตุ
C6	มัคเทศก์
C7	ของที่ระลึก/รางวัลพิเศษ
C8	ระเบียบ/วิธีการเดินทางสำหรับผู้ท่องเที่ยว
C9	การต้อนรับของพนักงานบริษัท
C10	ด้านการยอมรับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ (ประสิทธิภาพในการดำเนินการ)
C11	ราคาทัวร์ที่เหมาะสม
C12	คุณภาพการให้บริการกับราคาที่ต้องจ่าย
C13	ความชัดเจนของราคาทัวร์ที่บริษัทเสนอ
C14	โทรศัพท์
C15	วิทยุ
C16	สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ
C17	หนังสือ
C18	การส่งเสริมและให้ความรู้ในระหว่างการท่องเที่ยว
C19	แผนที่
C20	เส้นทางการเดินทาง
C21	การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น/ประสบการณ์ดำเนินงานของบริษัท
C22	กิจกรรม/สนทนาการจัดระหว่างการเดินทาง
C23	การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคระหว่างการเดินทาง
C24	การให้บริการและส่งเสริมหลังการขาย
C25	ราคา
C26	สถานที่
C27	สิ่งอำนวยความสะดวก
C28	เวลา
C29	ระเบียบ/ข้อบังคับ/ข้อกำหนดการท่องเที่ยว

4. การได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
D1	5.8500	3.1868	.6800	.6980	.7443
D2	5.8000	3.2211	.5574	.4886	.7647
D3	5.0500	2.1553	.6635	.5129	.7359
D4	5.4000	2.2526	.6140	.4231	.7570
D5	5.9000	3.3579	.6719	.7325	.7586

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .7922 Standardized item alpha = .8477

- หมายเหตุ

สัญลักษณ์	ชื่อตัวแปร
D1	แผ่นพับ
D2	วิทยุ
D3	โทรทัศน์
D4	เพื่อน
D5	ผู้ประกอบการแจ้งให้ทราบ





ภาคผนวก ง

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



## องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
(นิคม จารุณดี 2544 : 258-263)

การท่องเที่ยวประกอบด้วยการจัดธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว คือ

### 1. การคมนาคมขนส่ง

#### 1.1 ทางบก

1.1.1 รถยนต์และรถไฟ

1.1.2 การตัดและสร้างถนน โครงข่ายถนนที่ดี การขยายเส้นทางรถไฟเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว

1.1.3 การจัดบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง บริการรถเช่าประเภทต่างๆ

1.1.4 บริการขนส่งทางบกประเภทอื่นๆ เช่น รถสาลี่ รถม้า เกวียน รถลาก

1.1.5 บริการรถไฟและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางโดยรถไฟ

1.1.6 บริการอื่นๆ : ปั้มน้ำมัน ห้องน้ำ ที่พักริมทาง

#### 1.2 ทางเรือ

1.2.1 การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ

1.2.2 การสร้างท่าเรือและแพทุกประเภท

1.2.3 การจัดบริการการขนส่งทางเรือ

#### 1.3 ทางอากาศ

1.3.1 การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย

1.3.2 การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า และการจัดเที่ยวบินภายในประเทศให้เพียงพอ

1.3.3 การจัดสนามบินให้สะดวกและปลอดภัย

1.3.4 การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

## 2. ที่พักแรม

### 2.1 โรงแรม (และบังกะโล โมเต็ล สำหรับนักท่องเที่ยว)

- 2.1.1 บริการส่วนหน้า
- 2.1.2 การจัดอาหารและเครื่องดื่ม
- 2.1.3 บริการแม่บ้าน
- 2.1.4 การบัญชี
- 2.1.5 ห้องพัก
- 2.1.6 การขายและการตลาด
- 2.1.7 วิศวกรรมการบำรุงรักษา
- 2.1.8 การจัดการคลังต่างๆ
- 2.1.9 การจัดการงานเลี้ยง
- 2.1.10 การจัดการประชุมและนิทรรศการ
- 2.1.11 การประชาสัมพันธ์
- 2.1.12 การจ้ดนันทนาการและการบันเทิง

### 2.2 ที่พักแรมประเภทอื่น

- 2.2.1 เกสต์เฮาส์
- 2.2.2 หอพัก
- 2.2.3 ที่ตั้งแคมป์
- 2.2.4 ที่พักในวัด
- 2.2.5 บ้านพักผ่อน
- 2.2.6 เรือนแพ

## 3. ร้านอาหารและภัตตาคาร

### 3.1 การจัดการที่กินอาหารประเภทต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

- 3.1.1 ร้านอาหารไทยและอาหารพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่น
- 3.1.2 ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ
- 3.1.3 ร้านอาหารและสวนอาหารทั่วไป
- 3.1.4 ร้านอาหารบริการงานเดียว (ร้านอาหารด่วน) และศูนย์อาหาร

- 3.1.5 ร้านขนมและ/หรือไอศกรีม
- 3.1.6 ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม
- 3.1.7 ร้านอาหารเคลื่อนที่ประเภทหาบเร่ รถเข็น รถแวนที่ต่อเติมสำหรับบริการ

### 3.2 องค์ประกอบของร้านอาหาร ประกอบด้วยงานต่างๆ คือ

- 3.2.1 จัดทำเมนูอาหาร
- 3.2.2 จัดหาและดูแลพัสดุ
- 3.2.3 จัดซื้ออาหาร
- 3.2.4 ประกอบอาหาร
- 3.2.5 เก็บเงิน จ่ายเงิน ทำบัญชี
- 3.2.6 บริการและเสิร์ฟอาหาร
- 3.2.7 ปรงและเสิร์ฟเครื่องดื่ม
- 3.2.8 เก็บล้างทำความสะอาด
- 3.2.9 การตลาดและประชาสัมพันธ์
- 3.2.10 บริการอื่นๆ : หาที่จอดรถ ต้อนรับ

## 4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

### 4.1 ผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยว (Tour Operator)

- 4.1.1 จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย
- 4.1.2 จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กรสถาบันวิชาชีพต่างๆ และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง
- 4.1.3 จัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่บริษัทผู้ผลิตสินค้าและองค์กรต่างๆ
- 4.1.4 บริการวางแผนการจัดการประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการในประเทศและระหว่างประเทศ
- 4.1.5 การสัมมนาประชาสัมพันธ์การจัดบริการนำเที่ยว

### 4.2 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency)

- 4.2.1 จำหน่ายที่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยวจัดขึ้น
- 4.2.2 เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท
- 4.2.3 เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองห้องพัก โรงแรมกิจกรรมบันเทิงต่างๆ
- 4.2.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการต่างๆ ที่จัดจำหน่าย

- 4.2.5 บริการจัดเอกสารการเดินทางต่างๆ
- 4.2.6 บริการในด้านต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยว
- 4.2.7 ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

## 5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว)

### 5.1 ประเภทธรรมชาติ

- 5.1.1 ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร
- 5.1.2 ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ
- 5.1.3 เกาะ แก่ง
- 5.1.4 น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำแร่
- 5.1.5 เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด
- 5.1.6 อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ
- 5.1.7 เขื่อน อ่างเก็บน้ำ
- 5.1.8 แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)
- 5.1.9 ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล

### 5.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา

- 5.2.1 วัด
- 5.2.2 โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์
- 5.2.3 ชุมชนโบราณ
- 5.2.4 พิพิธภัณฑ์
- 5.2.5 ศาสนสถาน
- 5.2.6 กำแพงเมือง คูเมือง
- 5.2.7 อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน

### 5.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

- 5.3.1 งานประเพณี
- 5.3.2 ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิต ชาวเล เป็นต้น
- 5.3.3 ศูนย์วัฒนธรรม
- 5.3.4 สวนสนุก สวนน้ำ Aquarium
- 5.3.5 สินค้าพื้นเมืองและแหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน

- 5.3.6 ไร่นา สวน พืชผักผลไม้
- 5.3.7 เหมือง
- 5.3.8 กีฬาต่างๆ ทั้งทางน้ำและทางบก
- 5.3.9 แหล่งซื้อของศูนย์การค้า
- 5.3.10 แหล่งบันเทิง
- 5.3.11 โรงละคร โรงภาพยนตร์ สถานที่จัดการแสดงทางวัฒนธรรม และการละเล่น  
อื่นๆ ในท้องถิ่น
- 5.3.12 โรงงานอุตสาหกรรม
- 5.3.13 บริเวณเมืองที่ทันสมัย

## 6. ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง

### 6.1 การผลิตสินค้าประเภทต่างๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว

- 6.1.1 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- 6.1.2 เครื่องประดับ
- 6.1.3 เครื่องหนัง
- 6.1.4 เครื่องแต่งบ้าน
- 6.1.5 อาหาร
- 6.1.6 ของที่ระลึกเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านต่างๆ
- 6.1.7 เครื่องใช้ประจำบ้าน
- 6.1.8 ของเล่นเด็ก

### 6.2 การพัฒนารูปแบบสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน

- 6.2.1 การออกแบบและกำหนดขนาดให้เหมาะสม
- 6.2.2 การเลือกวัสดุและการผลิต

### 6.3 การจัดและตกแต่งร้าน

- 6.3.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง
- 6.3.2 การจัดร้าน

### 6.4 การจัดบริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ

- 6.4.1 การบรรจุหีบห่อ
- 6.4.2 การรับส่งซื้อสินค้า

6.4.3 การจัดส่ง

6.4.4 บริการพิเศษอื่นๆ ที่จัดให้

## 6.5 การโฆษณาและเผยแพร่

## 7. ความปลอดภัย

7.1 การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน

7.2 การแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่างๆ

7.3 การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

7.4 การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ในการช่วยสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

7.5 การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือในเรื่องความปลอดภัย

## 8. การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง

### 8.1 ระเบียบพิธีการเข้าเมือง

8.1.1 การทำวีซ่า

8.1.2 การตรวจลงตราและพิธีศุลกากร

### 8.2 การขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร

8.3 การบริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานหรือสถานีขนส่งกับที่พัก

8.4 การอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ท่าอากาศยานและสถานีขนส่งต่างๆ

## 9. การจัดบริการอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

### 9.1 การจัดการประชุมในประเทศและการประชุมนานาชาติ

9.1.1 การจัดหาและการจัดสถานที่ประชุมและอุปกรณ์การจัดประชุม

9.1.2 การจัดทำเอกสารและของแจก

9.1.3 การต้อนรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าประชุม

9.1.4 การจัดเลี้ยงและจัดนำเที่ยวให้แก่ผู้เข้าประชุม

## 9.2 การจัดการบริการในด้านข้อนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับท่องเที่ยว

9.2.1 การจัดพิมพ์เอกสารข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลอื่นๆ สำหรับแจก

9.2.2 การจัดทำสื่ออื่นๆ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

## 9.3 การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆ

9.3.1 การจัดหาอุปกรณ์การกีฬาประเภทต่างๆ ไว้ให้นักท่องเที่ยว

9.3.2 การจัดรายการบันเทิงที่น่าสนใจเป็นครั้งคราว

## 10. การเผยแพร่โฆษณา

10.1 การวิจัยตลาด

10.2 การทำแผนการตลาด

10.3 การจัดทำอุปกรณ์เผยแพร่ต่างๆ

10.4 การประชาสัมพันธ์

10.5 การส่งเสริมการตลาด



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล นางสาวจันทนา จันทรโชติ

วัน เดือน ปีเกิด 6 กันยายน 2518

สถานที่เกิด อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา

ที่อยู่ปัจจุบัน 19 ถนน ชีอุทิศ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

หน้าที่การงาน กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด หาดใหญ่ สมายล์ ทัวร์  
วิทยากรบรรยาย เรื่อง การวางแผนการตลาดธุรกิจนำเที่ยว

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2533 มัธยมศึกษาตอนต้น  
โรงเรียนระโนดวิทยา

พ.ศ. 2536 มัธยมศึกษาตอนปลาย  
โรงเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

พ.ศ. 2540 ปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

พ.ศ. 2551 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา