



**ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

**The Study of Tourists' Satisfaction to ward Music Service Provision in Tourism Industry of
Hattyai District, Songkhla Province**

โดย

ปานัน คำฝอย
ทรงศักดิ์ ปัทมรจ
ไกรศิลป์ โสตามิ
ศกาวรรณ บุญศิริ
คณะศิลปกรรมศาสตร์

**โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการวิจัย
จากงบประมาณเงินอุดหนุนวิจัย ประจำปี 2550
มหาวิทยาลัยทักษิณ**



คำรับรองคุณภาพ

ข้าพเจ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลดาร่า เพียรเจริญ ได้ประเมินคุณภาพงานวิจัย
เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการดนตรีในอุตสาหกรรมกา
ท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา
โดย ปาหนัน คำฝอย และคณะ

มีความเห็นว่า ผลงานวิจัยฉบับนี้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์

- ดีมาก
 ดี
 ปานกลาง
 ต่ำ

ซึ่งสมควรเผยแพร่ในแวดวงวิชาการได้

ลงชื่อ..... ผู้ประเมิน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลดาร่า เพียรเจริญ)

วันที่... 25 ... เดือน ... สิงหาคม ... พ.ศ. 2553

สูงทุกด้าน เนื่องจากสถานประกอบการทุกที่มุ่งเน้นการบริการเป็นหัวใจสำคัญ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง (2) แนวทางการพัฒนามีดังนี้ ควรจัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพ จัดตั้งกองทุนอาชีพ กำหนดมาตรฐานการบริการ กำหนดระดับคุณภาพการบริการเป็นมาตรฐานสากล 5 ระดับ กำหนดคชชยูนิฟอร์ม จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ

3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรี มี 2 ส่วน (1) ผลการศึกษา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการดนตรีอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีจุดมุ่งหมายเข้ามาฟังเพลงเพื่อพักผ่อนหาความบันเทิงเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนการเข้ามาดื่มรับประทานอาหารนั้นเป็นเรื่องรอง (2) แนวทางการพัฒนามีดังนี้ ควรจัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ จัดตั้งกองทุนอาชีพในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันอาชีพ สร้างเครือข่ายสมาคมอาชีพนักดนตรี กำหนดคชชยูนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐาน จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศมากกว่า 2 ภาษา จัดศูนย์กลางหน่วยงานประสานงานระหว่างผู้ใช้บริการดนตรีและผู้ให้บริการ จัดแผนการตลาดท่องเที่ยว จัดกิจกรรมเสริมควบคู่กับกิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยวทั่วไทยเมืองหาดใหญ่ จัดกิจกรรมประกวดการแสดงคอนเสิร์ตดนตรี จัดทำมาตรฐานของการแสดงดนตรี ตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านดนตรีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จัดตั้งองค์กร/สมาคมทางด้านดนตรี เสริมสร้างให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความสามารถในการบริหารกิจการ จัดแบ่งประเภทของการบริการที่มีบริการดนตรี การพัฒนาหลักสูตรและสาขาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจบันเทิงให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์



Project Title **The Study of Tourists' Satisfaction toward Music Service Provision in Tourism Industry of Hattayai District, Songkhla Province**

Researcher **Miss Phanan Komfoi and group**

Research foundation **Thaksin University**

Project Duration : **1 December 2007 – 1 December 2009**

ABSTRACT

The study aimed 1) to explore satisfaction of tourists toward location and place arrangement; 2) to explore satisfaction of tourists toward people involved; and 3) to explore satisfaction of tourists toward music in music service provision. This was a qualitative study collected data from documentary, researches, and related theories. Tools used to collect the data were survey, observation, interview, group discussion, and workshop. The study's content was determined in regards to its purposes. The study period was set from December 2007 to December 2009. The study area was Hattayai district, Songkhla province. The quantitative research methodology was used to collect the statistical data of the satisfaction from the samplings by the structured questionnaires, and the qualitative research methodology was used to collect the data by interviewing related population and samplings. There were arrangements to collect the data: group discussion to exchange opinion; workshop; testing and evaluating to find out agreement; and presenting results descriptively.

The results revealed the followings. 1) There were 2 parts of the tourists' satisfaction toward the location and place arrangement in the music service provision of the tourism industry of Hattayai district, Songkhla province: (1) the first part showed that most of the tourists were male at the age between 31-40 with 15,000-20,000 baht income, graduated with bachelor's degree, owning their own business, and single in status. They had satisfaction toward the location arrangement as a whole at a high level. They had agreed that the price, cleanness of the location and place, good service, and safety met the standard effectively. They mentioned to come back again. (2) The second part was the guideline in development which included setting service standard, determining entertainment place standard, creating index framework of the entertainment place standard, and establishing cooperation agreement. Participation of the community must be based in safety, and that needed to avoid irritation of customers and neighborhood. The guideline should strictly follow the Entertainment Spot Act of 1998.

2) The satisfaction of the tourists toward the people involved with the music service provision could be divided into 2 parts as follows: (1) this part showed that the tourists had satisfaction toward the waiters' service in the place in almost every aspect at a high level, because most of the entertainment places firstly focused on services to customers. They also had a high level of satisfaction toward marketing promotion as a whole. (2) There were guidelines established at this state as follows: training center and club should be initiated to produce the identity in the career; raising funds for the careers; setting up the service standard; determining and internationalizing the service standard in 5 levels; creating the uniforms; and organizing foreign language training courses.

And 3) there were 2 parts of the tourists' satisfaction toward the music service provision: (1) the tourists had satisfaction toward the music service provision at a high level, because they had set their minds to come to relax themselves rather than to eat or drink; and (2) there should be guidelines established as follows: training courses and clubs to create the identity to operate the careers effectively; raising the career funds in the operative form; building the music career network; setting up the uniform; organizing more than 2 languages training courses; building up a customer center coordinating between the service provider and the customers; planning for tourism marketing strategies; initiating supporting activities along with the project called 'Travel Around Thailand: Hattayai'; organizing music contests and concerts; setting up the music performance standard; establishing a music counseling center in tourism areas; establishing a music organization or association; encouraging owners to study more about administrating and managing the music business; dividing music genres; and developing curriculum and study fields relating to the entertainment business in order to make the business have desirable properties.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ผู้ที่ได้กล่าวชื่อนามในรายงานวิจัยเล่มนี้ด้วยความเคารพอย่างสูงและผู้ให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้ความช่วยเหลือ อำนาจความสะดวกในการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลในพื้นที่มา โดยตลอด ผู้วิจัยขอถือโอกาสนี้ขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัย จากมหาวิทยาลัยทักษิณ ปีงบประมาณ 2550

คุณค่าและประโยชน์ที่พึงได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคำแนะนำในการวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน งานวิจัยฉบับนี้ขอเป็นการทำงานทดแทนบุญคุณแผ่นดินมาตุภูมิด้วยจิตสำนึกสัมมาคารวะอย่างยิ่ง

ปาหนัน คำฝอย และคณะ



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ประเภทของการวิจัย	1
สาขาวิชาและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย	1
คำสำคัญ (Keywords) ของโครงการวิจัย	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
คำถามการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
การบริการคนตรี	8
1. การบริการคนตรี	8
2. ประเภทแนวเพลงดนตรีที่จัดบริการในอุตสาหกรรมกาฟท่องเที่ยว	12
3. กฎหมายการคุ้มครองลิขสิทธิ์คนตรี	18
การส่งเสริมอุตสาหกรรมกาฟท่องเที่ยว	19
1. การพัฒนา	19
2. แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว	21
3. แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	35
นโยบายแห่งรัฐกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมกาฟท่องเที่ยว	40
1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10	40
2. นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมกาฟท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	42
3. ยุทธศาสตร์ / แนวทางการพัฒนาสามปีอำเภอลาดใหญ่	43

บทที่	หน้า
2	บริบทพื้นที่วิจัย 44
	สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา 44
	บริบทด้านพื้นที่วิจัย 58
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 59
	แนวคิดด้านวิวัฒนาการดนตรี ประเภทเพลง การฟังเพลง 59
	แนวคิดความพึงพอใจ 66
	ทฤษฎีหลัก 71
	ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม 71
	ทฤษฎีเสริม 73
	ทฤษฎีแรงจูงใจ 73
	ทฤษฎีความต้องการ 77
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 79
3	วิธีดำเนินการวิจัย 83
	ขอบเขตในการวิจัย 84
	ด้านเนื้อหา 84
	ด้านระยะเวลา 84
	วิธีวิจัย 85
	ด้านพื้นที่ 85
	ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 86
	วิธีดำเนินการวิจัย 87
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 87
	การเก็บรวบรวมข้อมูล 89
	การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล 91
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 93

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	94
ตอนที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	95
1. ผลการศึกษา	95
2. แนวทางการพัฒนา	104
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	110
1. ผลการศึกษา	110
2. แนวทางการพัฒนา	113
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	119
1. ผลการศึกษา	119
2. แนวทางการพัฒนา	124
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	128
ความมุ่งหมายของการวิจัย	129
สรุปผลการวิจัย	130
อภิปรายผล	139
ข้อเสนอแนะ	144
บรรณานุกรม	148
ภาคผนวก	155
ภาคผนวก ก เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	155
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	161
ภาคผนวก ค บัญชีรายชื่อสถานบริการ	163
ภาคผนวก ง โครงการการประชุมสัมมนาวิชาการ	167
ประวัติคณะผู้วิจัย	175

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 วงจรอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	30
3 กรอบแนวคิดการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	36
4 ปัจจัยจำกัดความสามารถการรับรองด้านการท่องเที่ยว.....	38
5 กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.....	40
6 แผนที่ภาคใต้แบ่งตามอำเภอ.....	45
7 แผนที่เขตเมืองหาดใหญ่.....	57
8 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล.....	67
9 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	69
10 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	70
11 แสดงลำดับขั้นความต้องการพื้นฐาน.....	76
12 ข้อมูลเพศ.....	95
13 ข้อมูลอายุ.....	95
14 ข้อมูลรายได้.....	95
15 ข้อมูลการศึกษา.....	96
16 ข้อมูลอาชีพ.....	96
17 ข้อมูลสถานภาพ.....	96
18 การตกแต่งภายใน.....	97
19 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย.....	97
20 ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว.....	98
21 ความปลอดภัยในการใช้บริการ.....	98
22 ความสะอาดของห้องน้ำ.....	99
23 มีห้องน้ำบริการเพียงพอ.....	99
24 มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำ.....	99
25 ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม.....	100
26 เดินทางสะดวก.....	100
27 มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน.....	101
28 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ.....	101

29	สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย.....	101
30	ตกแต่งภายนอกบ้าน.....	102
31	โดยภาพรวมทั้งหมด.....	103
32	ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส.....	110
33	ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว.....	110
34	ดูแลเอาใจใส่ กระจือรีร้อนเต็มใจ.....	110
35	เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย.....	111
36	มีบริการชาย/หญิง เพียงพอ.....	111
37	การแสดงคอนเสิร์ต ดารา ศิลปินรับเชิญ.....	111
38	ดนตรีเล่นคิมี่คุณภาพ บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ.....	119
39	แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย.....	119
40	เครื่องเสียงคิมี่คุณภาพ.....	120
41	นักดนตรีสามารถบรรเลง ดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว.....	120
42	แนวเพลงร่วมสมัย.....	120
43	แนวสากลแจ๊ส.....	121
44	แนวเพื่อชีวิต.....	121
45	แนวร็อค.....	121
46	แนวยุค SIXTY.....	122
47	ทุกแนว.....	122

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยว.....	25
2 เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	37
3 บัญชีสรุป โครงการพัฒนาแผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2549-2551).....	43
4 ข้อมูลสถิติประเภทข้อมูลเชิงคุณภาพกับข้อมูลเชิงปริมาณ.....	88
5 ข้อมูลเพศ.....	95
6 ข้อมูลอายุ.....	95
7 ข้อมูลรายได้.....	95
8 ข้อมูลการศึกษา.....	96
9 ข้อมูลอาชีพ.....	96
10 ข้อมูลสถานภาพ.....	96
11 การตกแต่งภายใน.....	97
12 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย.....	97
13 ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว.....	98
14 ความปลอดภัยในการใช้บริการ.....	98
15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว ตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการ จัดบริการคนตรี.....	98
16 ความสะอาดของห้องน้ำ.....	99
17 มีห้องน้ำบริการเพียงพอ.....	99
18 มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำ.....	99
19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว ตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการ จัดบริการคนตรี.....	100
20 ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม.....	100
21 เส้นทางสะดวก.....	100
22 มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน.....	101
23 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ.....	101
24 สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย.....	101
25 ตกแต่งภายนอกร้าน.....	102

26	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวดำเนินการตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี.....	102
27	โดยภาพรวมทั้งหมด.....	103
28	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวดำเนินการตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี.....	103
29	ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส.....	110
30	ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว.....	110
31	ดูแลเอาใจใส่ กระจือหรือร้อนเต็มใจ.....	110
32	เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย.....	111
33	มีบริการชาย/หญิง เพียงพอ.....	111
34	การแสดงคอนเสิร์ต คารา คีลปินรับเชิญ.....	111
35	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวดำเนินการตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี.....	112
36	คนตรีเล่นคีมีคุณภาพ บรรเลง ได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ.....	119
37	แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย.....	119
38	เครื่องเสียงคีมีคุณภาพ.....	120
39	นักคนตรีสามารถบรรเลง คีจูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว.....	120
40	แนวเพลงร่วมสมัย.....	120
41	แนวสากลแจ๊ส.....	121
42	แนวเพื่อชีวิต.....	121
43	แนวร็อค.....	121
44	แนวยุค SIXTY.....	122
45	ทุกแนว.....	122
46	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวดำเนินการตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรี.....	122

บทที่ 1

บทนำ

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยพื้นฐาน (Basic Research)

สาขาวิชาและกลุ่มวิชาที่ทำการศึกษา

สาขาสังคมวิทยา

คำสำคัญ (keywords) ของโครงการวิจัย

การบริการคนตรี / ความพึงพอใจ / อุศนากรรมท่องเที่ยว

ภูมิหลัง

อุศนากรรมการท่องเที่ยว เป็นการประกอบธุรกิจเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศซึ่งถือว่าไม่เพียงแต่จะมีผลประโยชน์ต่อประเทศชาติในทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ยังมีผลต่อสังคมและวัฒนธรรมอย่างชัดเจน หากได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติอย่างน่าพึงพอใจ รัฐบาลไทยทุกสมัยได้มีนโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังเพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอจนถึงพ.ศ. 2522 รัฐบาลก็ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปลี่ยนแปลงชื่อองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) เป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ให้เป็นวิสาหกิจในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีให้มีหน้าที่ดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่นๆด้วยกัน ทางรัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญในอันที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติและท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว ด้วยการนำรายได้จากการท่องเที่ยวมาเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุศนากรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

อุศนากรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญที่ก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ทำให้เจ้าของท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณี เกิดความภูมิใจ รักและหวงแหนวัฒนธรรมประจำถิ่นของตน พร้อมใจกันเชิดชูวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้มาเยือนการท่องเที่ยวทำให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย ชนบทประเพณีประจำถิ่น ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น นอกจากนี้อุศนากรรม

การท่องเที่ยวยังนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิตของประชาชนทั้งที่เป็นเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวด้วย ในปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวที่นับเป็นการสร้างรายได้ที่น่าพอใจให้กับเศรษฐกิจของภาคใต้ได้เป็นอย่างดี คือ “สถานบริการต่างๆ” สถานบริการที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เป็นสถานบริการที่มีการจัดการบริการคนตรีรวมอยู่ด้วย โดยสถานบันเทิงนี้มีมากมายหลายระดับ มีความแตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชน เช่น ร้านอาหาร - กาแฟ บาร์เบียร์ ไนต์คลับ ดิสโกเทคหรือร้านอาหารในโรงแรมต่างๆ เป็นต้น ประกอบกับทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจประเภทนี้มาก เพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างดีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริหารจัดการของผู้ประกอบการทั้งสิ้น

สถิตินักท่องเที่ยวจากไตรมาส 1 ของปี 2551 ซึ่งพบว่ามียกนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดสงขลา มากขึ้นเมื่อเทียบกับ 4 ปีที่ผ่านมา โดยทั้งเทศกาลตรุษจีนและสงกรานต์ที่ผ่านมามีการประเมินเม็ดเงินที่จับจ่ายใช้สอยใน จังหวัดสงขลา รวมไม่น้อยกว่า 700 ล้านบาทแล้ว ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเชื่อมั่นในความปลอดภัยมากขึ้นแล้ว ยังมีความร่วมมือของ IMT-GT ที่มีการสานความร่วมมือของ 3 ประเทศผลักดันการท่องเที่ยวให้แข็งแกร่ง พร้อมกับกำหนดให้ปี 2008 นี้เป็นปีทองของการท่องเที่ยว และสงขลาตั้งเป้าว่าจะต้องมียอดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 หรือ 1,000,000 คน และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ในปีถัดไป ปี 2550 ที่ผ่านมาสงขลามีผู้มาเยือน 2,645,770 คน เพิ่มจากปีก่อนร้อยละ 2.57 สร้างรายได้ให้แก่จังหวัด 12,842.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38 แต่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 2,435.99 บาท/วัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 1.67 (ผู้จัดการออนไลน์, 4 พฤษภาคม, 2551)

ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวที่มีธุรกิจด้านต่างๆ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เช่น ธุรกิจโรงแรมและห้องพัก ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจนันทนาการ เป็นต้น ในธุรกิจที่หยิบยกมากล่าวข้างต้นนี้เป็นธุรกิจที่ส่วนใหญ่มีการจัดการบริการคนตรีเพื่อบริการ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการจัดการบริการคนตรีที่ไม่มีแนวทางที่เป็นมาตรฐานกล่าวคือ มักจะจัดไปตามความพร้อมของผู้ประกอบการ หรือจัดไปตามความประสงค์ของผู้ประกอบการ จึงอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจเท่าที่ควรอันอาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวสูญเสียรายได้ที่เกิดจากความประทับใจจากการจัดการบริการคนตรีที่เหมาะสมกับรสนิยม และคงไม่มีใครปฏิเสธฟังเพลงที่ประทับใจเป็นแน่ จึงจัดได้ว่าเพลงมีความสำคัญต่อสภาพจิตใจ สามารถสร้างความสะเทือนอารมณ์ให้จินตนาการไปได้หลายหลายอารมณ์ ทำให้คนเราร้องไห้ ยิ้ม หัวเราะ โศกเศร้า หรือเกิดอารมณ์โรแมนติกได้ ด้วยเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยคิดถึงสาเหตุความสำคัญของการบริการคนตรีในสถานประกอบการที่มีการจัดการบริการการท่องเที่ยวของประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยวเช่นที่จังหวัดชลบุรี (บางแสน/พัทยา) จังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย)

จังหวัดสงขลา(อำเภอหาดใหญ่) จังหวัดเชียงใหม่(อำเภอเมือง) จังหวัดภูเก็ต (อำเภอกะทู้) แม้เขตกรุงเทพมหานครเองเป็นต้น

หาดใหญ่ เมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เนื่องจากอยู่ห่างจากด่านสะเดาเพียง 60 กิโลเมตร ปัจจัยที่ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากก็คือ การเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษา และการท่องเที่ยว ร้านค้าพาณิชยกรรมต่างๆ มากมาย จากจุดหนึ่งในย่านกลางใจเมือง เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1 2 หรือ 3 ย่านถนนคลองเรียน ย่านถนนราษฎร์อุทิศเป็นต้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงให้ความสำคัญต่อการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจในการจัดการบริการคนตรีในสถานประกอบการเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อการเพิ่มรายได้ เพิ่มอาชีพ ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งสอดคล้องกับแผนนโยบายแห่งรัฐในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2547-2551 มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวสนับสนุนนโยบายการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำถามการวิจัย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี จะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อไปในอนาคต

2. ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีจะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อไปในอนาคต

3. ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรีจะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ต่อไปในอนาคต

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ ระดับ I

ได้รวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจจากการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นำไปสู่การสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการจัดระเบียบสังคมของสถานบันเทิง โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นผู้ผลิตนักคนตรีที่มีประสิทธิภาพออกสู่ตลาดความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการให้มีการบริการคนตรีในสถานบันเทิงเป็นประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มศักยภาพนักคนตรีอาชีพอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานการศึกษา กับ สถานบันเทิง สมาคมนักคนตรี นักคนตรีอาชีพ ผู้ประกอบการค้าในการให้ความร่วมมือเพื่อยกระดับการจัดการบริการคนตรีให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยงได้บริโภคคนตรีตามกระแสสังคมปัจจุบันและเป็นองค์ความรู้ในการดำเนินงานวิจัยต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่มีต่อการบริการคนตรีในสถานประกอบการของพื้นที่วิจัย

นักท่องเที่ยง หมายถึง นักท่องเที่ยงที่ใช้บริการในสถานประกอบการที่มีการจัดบริการคนตรี ตามขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

การจัดการบริการคนตรี หมายถึง สถานประกอบการที่มีจัดบริการคนตรี สำหรับบริการนักท่องเที่ยง โดยมีการจัดการวงคนตรีในการบรรเลง 2 คนขึ้นไปต่อวง และมีการหมุนเวียนวงคนตรีมากกว่า 2 วงต่อคืน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ

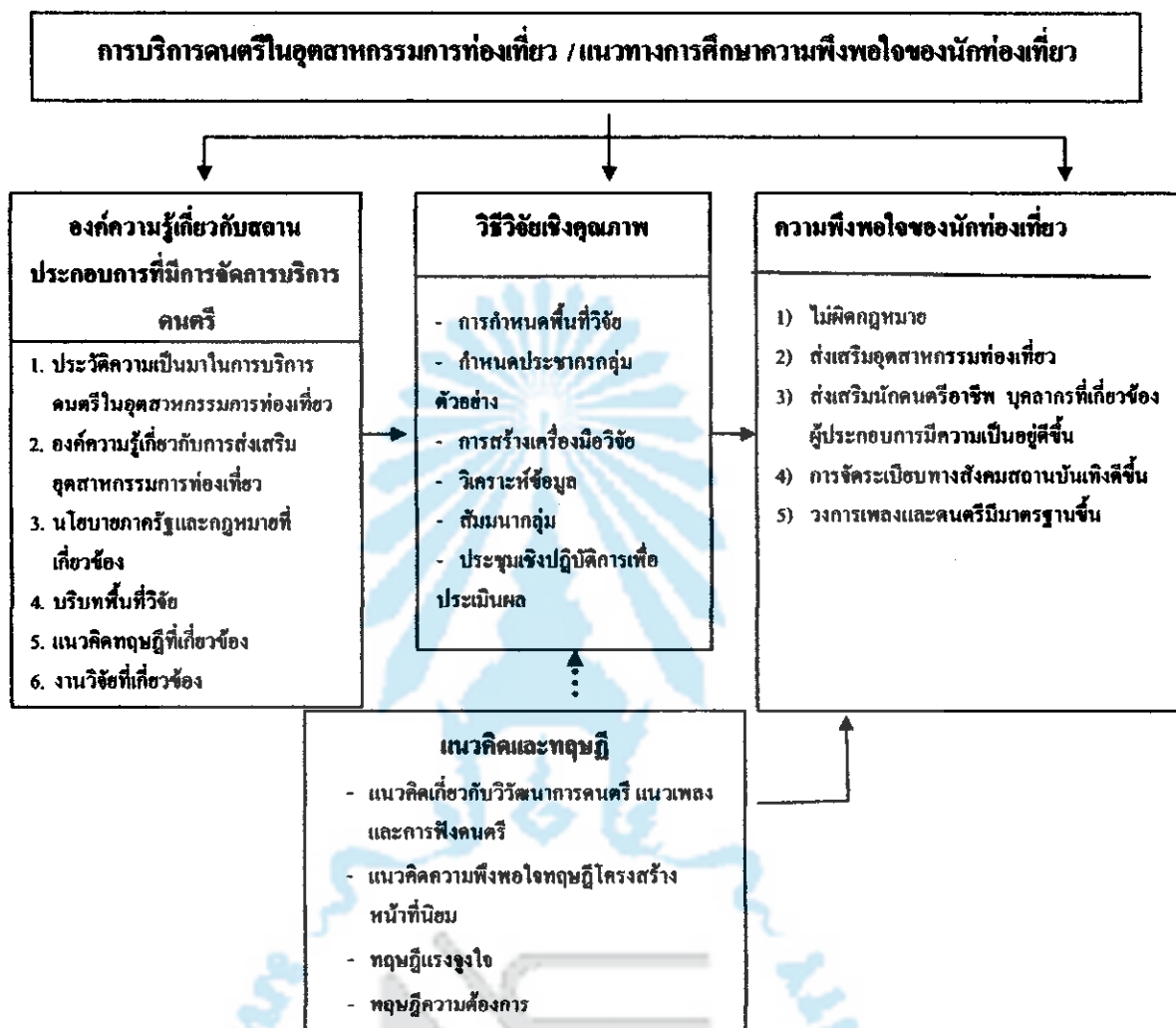
ท่องเที่ยว มีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว

สถานประกอบการในการจัดการบริการคนตรี หมายถึง สถานประกอบการที่มีการจัดบริการคนตรี จัดทะเบียนการค้าเป็นประเภทร้านอาหาร โดยกำหนดขอบเขตวงคนตรีที่บริการ ตามเกณฑ์การวิจัยคือ มีผู้บรรเลง 3 คนขึ้นไป และมีการหมุนเวียนวงคนตรีมากกว่า 2 วงต่อคืน ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตของสถานประกอบการที่จัดการบริการคนตรีหมายถึงปริมาณของจำนวนคนที่สามารถมาใช้บริการในสถานประกอบการ ในที่นี้กำหนดไว้ 3 ขนาด ได้แก่ 1) ขนาดเล็ก จำนวนคนที่รับได้ 1-50 2) ขนาดกลาง จำนวนคนที่รับได้ 51- 99 คน 3) ขนาดใหญ่ จำนวนคนที่รับได้ 100 คนขึ้นไป

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หมายถึง การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี ในสถานประกอบการ เป็นการศึกษาตามจุดมุ่งหมายการวิจัยและนำผลไปประกอบในการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางสังคมวิทยา ดังกรอบแนวคิดในการวิจัยต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับศึกษาสภาพการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นำไปสู่การสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการจัดระเบียบสังคมของสถานบันเทิง โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นผู้ผลิตนักคนตรีที่มีประสิทธิภาพออกสู่ตลาดความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการให้มีการบริการคนตรีในสถานบันเทิงหน่วยงานในระดับการศึกษาได้สร้างเครือข่ายกับสถานบันเทิง สมาคมนักคนตรี นักคนตรีอาชีพ ผู้ประกอบการค้า ในการให้ความร่วมมือเพื่อยกระดับการจัดการบริการคนตรีให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้บริโภคคนตรีตามกระแสสังคมปัจจุบัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

การบริการคนตรี

1. การบริการคนตรี
2. ประเภทของคนตรีที่จัดบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. กฎหมายการคุ้มครองลิขสิทธิ์คนตรี

การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. การพัฒนา
2. แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว
3. แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเมืองสงขลาอย่างยั่งยืน

นโยบายแห่งรัฐ กกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)
2. นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ยุทธศาสตร์ / แนวทางการพัฒนาสามปี อำเภอหาดใหญ่

บริบทพื้นที่วิจัย

1. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา
2. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอำเภอหาดใหญ่
3. บริบทด้านพื้นที่วิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริการคนตรี

1. การบริการคนตรี

1.1 การบริการ

ความหมายของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 428) ได้กล่าวว่า การกระทำหรือความสามารถของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง สนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ และไม่เกิดการเป็นเจ้าของ ผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของการบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ศิริวรรณ และคณะ. (2546 : 431) กล่าวว่าไว้ว่าการบริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม

จากความหมายของการบริการดังกล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การบริการคือ การปฏิบัติ การดำเนินการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการกับผู้ซื้อสินค้าและบริการ

ประเภทของการบริการ

ศิริวรรณ และคณะ. (2534 : 142) ได้มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทของการบริการเป็น 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อเช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการ โดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวดแผนโบราณ คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร สถานออกกำลังกาย

คอตเลอร์ (Kotler. 1996 : 608-609) ได้จัดแบ่งประเภทของการบริการไว้เป็น 4 ประเภท คือ

1. บริการที่มีรูปปลักษณ์ พร้อมสินค้า เช่น การผลิตและขายรถยนต์ ยอดขายของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับคุณภาพและการบริการลูกค้าที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ (เช่นห้องแสดงสินค้าการซ่อมแซมและบำรุงรักษา การแนะนำติดตั้ง การรับประกัน)

2. บริการที่ผสมผสานกับสินค้า เป็นการผสมผสานระหว่างบริการกับสินค้า ในสัดส่วนที่เท่ากัน เช่น ผู้คนมักเข้าไปในร้านอาหารเพื่อต้องการทั้งรับประทานอาหารและบริการ

3. การบริการหลักพร้อมด้วยสินค้าและบริการรอง เป็นการบริการที่ประกอบไปด้วยบริการหลักที่พร้อมด้วยบริการเสริม และ/หรือ สินค้าสนับสนุน เช่น การซื้อบริการโดยสารเครื่องบิน ซึ่งจุดประสงค์คือการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง แต่ในการเดินทางนั้นๆ จะรวมค่าสินค้ารูปสัญลักษณ์ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ดันข้าวของตัว และนิตยสารของสายการบินไว้แล้ว

4. การบริการอย่างแท้จริง เช่นการเลี้ยงเด็ก การบำบัดทางจิตและการนวดเป็นต้น
งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการ

1. ความแตกต่างจากคู่แข่ง งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง แต่เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัด ในความรู้สึกลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ กล่าวคือ

1.1 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovation Features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งกันไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างในด้านภาพพจน์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

1.2 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.3 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่จะบริการมีเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

2. คุณภาพการให้บริการ สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจ ถ้าเขาได้รับสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้าคือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์อย่าง

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความวางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. ประสิทธิภาพในการให้บริการ ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ ธุรกิจให้บริการสามารถทำได้ 6 วิธี คือ

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น หมอตรวจคนไข้จำนวนมากขึ้น โดยลดเวลาที่ใช้สำหรับแต่ละรายลง

3.3 เปลี่ยนบริการนี้ให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ เช่น บริการขายอาหารแบบฟาสฟู๊ด

3.4 การให้บริการที่ไปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่นๆ เช่น บริการซักรีดเป็นการลดบริการจ้างคนใช้หรือการใช้เตารีด

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นชมรมวิ่งจ็อกกิ้งจะช่วยลดการใช้บริการการรักษาพยาบาลลง

3.6 การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัทเช่นร้านขายอาหารแบบให้ลูกค้าช่วยตัวเอง ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจการให้บริการ (Three Types of Marketing Strategy in the Service Business)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 434-436) กล่าวว่า ธุรกิจบริการต้องมีการตลาด 3 แบบ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้แก่

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) ต้องอาศัยพนักงาน ดังนั้นธุรกิจบริการควรมีการฝึกอบรมและสร้างแรงจูงใจพนักงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
2. การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้บริการลูกค้าในด้านการให้บริการลูกค้า การจัดเตรียมการบริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย
3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ซื้อบริการ (Interactive Marketing) เป็นการสร้างคุณภาพการบริการให้ลูกค้าพอใจและเชื่อถือ ซึ่งการที่ลูกค้าจะพอใจในบริการหรือไม่นั้น ลูกค้าจะพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้
 - คุณภาพด้านเทคนิค (Technical Quality)
 - คุณภาพด้านหน้าที่ (Function Quality)
 - คุณภาพด้านบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนการซื้อ (Search Qualities)
 - คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience Qualities)
 - คุณภาพความเชื่อถือได้จริง (Credence Qualities)

1.2 การบริการดนตรี

ปัจจุบันดนตรีเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันมากขึ้น มีการนำดนตรีมาประกอบธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เช่น การแสดงคอนเสิร์ตการจัดรายการทางวิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนการนำดนตรีมาใช้ผ่านสื่อที่เป็นเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ได้แก่ วิทยุ ซีดี เอ็มซี มนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับดนตรีมาก ทั้งนี้เพราะมนุษย์รู้คุณค่าของดนตรีและสามารถนำมาใช้ในกิจกรรมที่อยู่ในวิถีชีวิตของมนุษย์ การฟังเพลงของคนเราทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะเสพดนตรีในระดับใดของแต่ละคน ขึ้นอยู่กับประเภทเพลงที่เราเลือกฟังและขึ้นอยู่กับความอ่อนไหวและความระแวดระวังต่อเสียงดนตรีและศิลปะดนตรีของแต่ละคน ประเภทต่างๆทั้งหลายในโลก ก็ล้วนได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองการรับฟังในระดับต่างๆของมนุษย์ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นดนตรีพื้นบ้าน ดนตรีขงคนเมือง ในแนวเพลงต่างๆ เช่น แนวคลาสสิก แนวกอสเปล แนวแจ๊ซ แนวบลูส์ แนวร็อกแอนด์โรล แนวป๊อป แนวคันทรี่ แนวอิเล็กทรอนิกส์แนวอิเล็กทรอนิกส์แนวเร้กเก้ แนวสกา (Ska) และร็อกสเตดี้ (Rocksteady) แนวฮิปฮอป แนวเร็ป เป็นต้น

1) กฎหมายควบคุม พระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2547

สถานประกอบการ หมายถึง สถานบริการ เป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ในการค้าดังต่อไปนี้

1. สถานเดินรา รำวง หรือรอกเงิง ประเภทที่มี และประเภทที่ไม่มีหญิงพาดเนอร์
2. สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือเครื่องค้ำอย่างอื่นจำหน่าย และบริการโดยมีหญิงบำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้าหรือโดยมีที่สำหรับพักผ่อนหลับนอนหรือมีบริการนวดให้แก่ลูกค้า
3. สถานอาบน้ำนวด หรืออบตัวซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า
4. สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือเครื่องค้ำอย่างอื่นจำหน่ายโดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง

(<http://www.wangchaiya.com/data/stanborikarn.pdf>, กรกฎาคม : 2552)

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ประเภทของสถานประกอบการในการวิจัยครั้งนี้จึงหมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ในการค้า ในด้านจัดให้มีการแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ได้แก่ บาร์ (Bar) คลับ(Club) ไนท์คลับ (Nightclub) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (Restaurant) หรือโรงแรมบางแห่งที่มีสถานบริการด้านดนตรี เช่นล็อบบี้เลาจน์ (Lobby Lounge) คอฟฟี่ช็อป (Coffee Shop) เป็นต้น ในที่นี้สถานที่ที่กล่าวถึงมีความหมายครอบคลุมถึง

- บาร์ หมายถึง สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม
- คลับ หมายถึง สถานที่ที่ใช้ดื่มกินร่วมกัน หรือพบปะสังสรรค์กัน
- ไนท์คลับ หมายถึง สถานเริงรมย์ที่เปิดเวลากลางคืนขายอาหารเครื่องดื่มไม่ว่าชนิดใดในหรือนอกสถานที่ซึ่งจัดให้มีการแสดงดนตรี การลีลาศหรือให้มีการแสดงเพื่อความบันเทิง
- ภัตตาคาร/ร้านอาหาร หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มไม่ว่าชนิดใด ๆ ทั้งนี้จัดทั้งในหรือนอกสถานที่ และให้ประชาชนเข้าบริโภคได้
- ล็อบบี้เลาจน์ หมายถึง ห้องพักแขกหรือห้องนั่งเล่นในโรงแรม หรือสโมสร
- คอฟฟี่ช็อป หมายถึง สถานที่หรือร้านสำหรับขายกาแฟ บางครั้งอาจจะขายเครื่องดื่มอย่างอื่นด้วยก็ได้

2) ขนาดของสถานประกอบการที่จัดการบริการดนตรี ในการวิจัยครั้งนี้การกำหนดขอบเขตของสถานประกอบการที่จัดการบริการดนตรีหมายถึงปริมาณของจำนวนคนที่สามารถมาใช้บริการในสถานประกอบการ ในที่นี้กำหนดไว้ 3 ขนาด ได้แก่

1. ขนาดเล็ก จำนวนคนที่รับได้ 1-50
2. ขนาดกลาง จำนวนคนที่รับได้ 51- 99 คน
3. ขนาดใหญ่ จำนวนคนที่รับได้ 100 กว่าคนขึ้นไป

2. ประเภทแนวเพลงดนตรีที่จัดบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แนวเพลง (Music Genre) เป็นการจำแนกเพลงที่มีลักษณะพื้นฐานต่างๆร่วมกัน โดยทั้งนี้อาจไม่ได้คำนึงถึงเกี่ยวกับด้านดนตรีอย่างเดียว (เช่น ที่มาของเพลง และ เนื้อหาของเพลง เป็นต้น) อาจพูดได้ว่า แนวเพลงนั้นพิจารณาจาก เทคนิค , สไตล์ , บริบท , ที่มา และ เนื้อหาของเพลง

ประเภทของแนวเพลง

สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้ แนวคลาสสิก แนวกอสเปล แนวแจ๊ซ แนวบลูส์ แนวร็อกแอนด์โรล แนวร็อก แนวป๊อป แนวคันทรี่ แนวอิเล็กทรอนิกส์ แนวอิเล็กทรอนิกส์แนวเร้กเก้ แนวสกา (Ska) แนวร็อกสเตดี้ (Rocksteady) แนวฮิปฮอป แนวเร็ป เป็นต้น ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปนี้

1) ดนตรีคลาสสิก (Classical Music)

เป็นรูปแบบหนึ่งของดนตรี ซึ่งมักจะกล่าวถึงดนตรีที่เป็นศิลปะของประเทศทางฝั่งตะวันตก การแสดงดนตรีคลาสสิกนี้นิยมใช้เครื่องดนตรีชนิดเครื่องสาย (String Instruments) เป็นหลัก เช่น ไวโอลิน วิโอล่า เชลโล และ เบส เมื่อเล่นรวมกันเป็นวงเรียกว่า ออร์เคสตรา (Orchestra) ซึ่งมีผู้ควบคุมวง (Conductor) เป็นผู้อำนวยการบรรเลงเพลงหรือบางท่อนของเพลงหรือเรียกว่า Piece

2) กอสเปล (Gospel Music)

คือแนวเพลงที่เน้นเสียงร้องเป็นหลัก กอสเปลจะมีลักษณะการร้องประสานเสียง การร้องเฉลิมฉลอง และใส่ความเชื่อทางศาสนาในเนื้อร้อง โดยกอสเปลได้ซึมเข้าไปดนตรีหลายๆประเภทอย่าง คู-รีออบ คันทรี่- กอสเปล Ontemporary Gospel, Urban Contemporary Gospel Modern Gospel Music แนวเพลงย่อยของกอสเปล เช่น Urban Contemporary Gospel, Christian Country Music, Southern Gospel , Progressive Southern Gospel

เพลงป๊อปที่มีการร้องประสานเสียงแบบกอสเปล เช่น "Tender" โดย เบลอ "Under the Bridge" โดย เรค ฮีท ซิลี เป็ปเปอร์ส "All These Things That I've Done" โดย เคอะ คิลเลอร์ส "Cry Me A River" โดย จัสติน ทิมเบอร์เลค "I Want to Know What Love Is" โดย ฟอเรนจ์เนอร์ "Will You Be There" โดย ไมเคิล แจ็คสัน "Purple Rain" โดย พรินซ์ "Like a Prayer" โดย มาดอนน่า "Somebody to Love" โดย ควิน "River of Dreams" โดย บิลลี โจเอล "Make Me Wanna Pray" โดย คริสติน่า อากีเลร์รา

3) แจ๊ซ (Jazz)

เป็นลักษณะดนตรีชนิดหนึ่งที่พัฒนามาจากกลุ่มคนดำในสหรัฐอเมริกา (African Americans) ในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยมีลักษณะพิเศษคือ โน้ตบลูส์ การลัดจังหวะ จังหวะสวิง การโต้และตอบทางดนตรี และการเล่นสด โดยแจ๊ซถือเป็นลักษณะดนตรีคลาสสิกชนิดหนึ่งของสหรัฐอเมริกา มีผู้พยายามนิยามความหมายไว้หลายแบบ ซึ่งยากต่อการนิยาม ตามความหมายของคำ

ว่าแจ๊สในในพจนานุกรมไทยวัฒนาพานิช โดย วิฑูลย์ สมบูรณ์ หมายถึง คนตรีเต้นรำเล่นลัตจิงหวะ เล่นคนตรีชนิดนี้ เต้นรำ เข้ากับคนตรีชนิดนี้ สำหรับพจนานุกรมฉบับอ็อกฟอร์ดให้คำจำกัดความไว้ว่า "เป็นคนตรีที่ถือกำเนิดจากชาวอเมริกันเชื้อสายแอฟริกันซึ่งมีจังหวะซัดเจนที่เล่นอย่างอิสระโดยการประสานกันขึ้นเองของนักคนตรีในขณะที่กำลังบรรเลง"

4) บลูส์ (Blues)

ที่มาของคำว่า บลูส์ ในภาษาอังกฤษ Blues หมายถึง อาการ โศกเศร้า ในประโยค เช่น I feel blues. เป็นคนตรีที่คงรูปแบบเดิม ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นรูปแบบของคนตรีประเภทหนึ่ง เกิดจากสภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนดำที่หลังไหลเข้าสู่สหรัฐอเมริกาเพื่อการเป็นทาส สภาพชีวิตที่คับแค้นของพวกเขาได้ถูกนำเสนอผ่านบทเพลงด้วยการร้อง หรือสวดอ่อนนวยในทางศาสนาที่เป็นท่วงทำนองที่น่าเศร้า อันเป็นเอกลักษณ์ของการร้องและท่วงทำนองที่เกิดจากเครื่องดนตรีที่ไม่มีคุณภาพจากความแร้นแค้น และความรู้ในด้านทฤษฎีดนตรีที่ผิดเพี้ยนไปจากเดิม ทำให้มีเสียงหรือคอร์ดความเพี้ยนซึ่งต่อมาก็ได้สร้างความแปลกหู จนเป็นลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ฟังก์ โซลฟังก์ ริทึม แอนด์ บลูส์ ร็อก แอนด์ โรล เป็นต้น ศิลปินบลูส์ที่น่าสนใจมีด้วยกันในหลายยุค เช่น BB.king ("You Know I Love You," "Woke Up This Morning," "Please Love Me,"), Muddy Waters, Buddy Guy, Stevie Ray Vaughan, Eric Clapton, John Lee Hooker, Jimi Hendrix

5) อาร์แอนด์บี (R&B) หรือ ริทึม แอนด์ บลูส์ (Rhythm and Blues)

เป็นแนวเพลงที่ได้รับความนิยม โดยผสมผสานระหว่างเพลงแนว แจ๊ส กอสเปล และ บลูส์ โดยเริ่มแรกจะเล่นโดยศิลปินแอฟริกัน-อเมริกัน คำว่า ริทึม แอนด์ บลูส์ ถูกใช้ครั้งแรกในนิตยสารบิลบอร์ดโดย เจอร์รี่ เว็กซ์เลอร์ (Jerry Wexler) ใน ค.ศ. 1947 แทนที่คำว่า Race Music ที่เคยถูกใช้มาก่อน ใน ค.ศ. 1948 บริษัท RCA Victor ได้เข้ามาทำการตลาดคนตรีคนผิวดำโดย ภายใต้ชื่อ Blues and Rhythm คำนี้ถูกกลับคำ โดยเว็กซ์เลอร์ ภายใต้ Atlantic Records ซึ่งเป็นผู้นำเพลงแนวอาร์แอนด์บีในยุคแรกๆ ในยุค 1970 ริทึม แอนด์ บลูส์ ได้ครอบคลุมนิยามกับแนว โซล (Soul) และ ฟังก์ (Funk) ในปัจจุบันนิยมเรียกอาร์แอนด์บี มากกว่าคำว่า ริทึม แอนด์ บลูส์ เพลงแนวอาร์แอนด์บีถูกพัฒนาไปที่ต่างๆ เช่นในรัฐนิวออร์ลีอันส์ มีการใช้เปียโนในเพลง ตัวอย่างเช่นศิลปินที่เป็นที่รู้จักอย่าง แฟต โดมิโน (Fats Domino) ในเพลงคิซาร์ท "Blueberry Hill" และเพลง "Ain't That a Shame" อีกที่ที่มีการพัฒนาของเพลงแนวอาร์แอนด์บีคือ ลูเซียนนา มีศิลปินเช่น Clarence "Frogman" Henry, Frankie Ford, Irma Thomas, The Neville Brothers และ Dr. John เป็นต้น ในช่วงกลางยุค 1970 คนผิวสีทำเพลงในแนวคิสโก้ ถือเป็นปรากฏการณ์ในสังคม เพลงแนวคิสโก้ได้รับความนิยมอย่างมาก พอช่วงยุค 80 เพลงคิสโก้ก็หายไป กลายเป็นเพลงช้าๆ ฟังสบายๆ ที่เรียกว่า Quiet Storm จนกระทั่งในปัจจุบันอาร์แอนด์บีได้เพิ่มแนวฮิปฮอป และแร็ป อีกซึ่งได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน

6) ร็อก (Rock) หรือ ร็อกแอนด์โรล (Rock'n Roll)

เป็นดนตรีที่ประกอบด้วย กีตาร์ กีตาร์เบส กลอง เป็นเครื่องดนตรีหลัก รูปแบบดนตรีง่ายๆ เน้นความหนักแน่นในเนื้อหาที่ต้องการสื่อ และความสนุกสนาน ทิคคั่นขึ้นในต้นศตวรรษที่ 60 โดยเอลวิส เพรสลีย์ โดยการนำเอาการร้องที่ใช้เสียงสูงของเพลงบลูส์ของคนผิวดำ ผสมกับทำนองสนุกสนานของเพลงคันทรี่ของคนผิวขาว เป็นการผสมผสานของวัฒนธรรมของสองเชื้อชาติ ซึ่งเอลวิส เพรสลีย์ ต่อมาได้รับการยกย่องและเรียกว่าเป็น " ราชา ร็อกแอนด์โรล " และเพลงร็อกก็ได้พัฒนาและต่อยอดมาตราดอย่างหลากหลาย มาจนปัจจุบัน ที่แตกแขนงออกเป็นหลายประเภท เช่น เฮฟวีเมทัล เครเมทัล บริติชร็อก อัลเทอร์เนทีฟ เป็นต้น

7) ดนตรีป๊อป (Pop Music) หรือ เพลงป๊อป (Pop Song)

เป็นแนวเพลงที่มีลักษณะ โมโลดี้ง่ายๆ โครงสร้างเพลงไม่สลับซับซ้อนโดยอาจจะรวมเพลงหลายๆแนวอย่าง ร็อก ฮิปฮอป เร้กเก้ แคนส์ อาร์แอนด์บี ฟังก์หรือแม้แต่โฟล์ก เพลงป๊อปจะถูกแต่งขึ้นเพื่อหวังกลุ่มคนฟังกลุ่มใหญ่โดยได้แรงผลักดันจากค่ายเพลงใหญ่ เริ่มจากในดนตรีประเภท Ragtime จากนั้น Ragtime เริ่มมาทางสวิง จากนั้นก็เป็นดนตรีแจ๊สที่สามารถเต้นรำได้ ดนตรีป๊อปสามารถรวมได้ถึงบลูส์ที่มีต้นกำเนิดจากคนผิวดำในอเมริกา และดนตรีคันทรี่ที่เริ่มปรับจนกลายเป็นแนว Rockabilly (เพลงร็อกแอนด์โรลล์ยุคแรก)

8) คันทรี่ (Country)

เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หมายถึง คันทรี่ แนวดนตรีตะวันตก

9) แด็นซ์ (Electronic Dance Music)

ในที่นี้หมายถึงดนตรีเต้นรำประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับการสืบทอดมาจากดนตรีประเภทดิสโก้ในยุค 70 ดนตรีประเภทนี้มีต้นกำเนิดมาจากไนท์คลับในยุค 80 มีการใช้เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์อย่าง เครื่องสังเคราะห์เสียง ครัม แมชชีน Sequencer เพลงแดนซ์ส่วนใหญ่ถูกแต่งขึ้นมาโดยคอมพิวเตอร์ และเครื่องสังเคราะห์เสียง ไม่ค่อยนิยมเครื่องดนตรีจริง โดยจะอยู่ในรูปแบบของ Digital/Electronic Sound บีท 4/4 ช่วงระหว่าง 120bpm ไปจนถึง 200bpm เพลงประเภทเทคโน แทรนซ์ และเฮาส์ ได้รับความนิยมนมาก

10) อิเล็กทรอนิกส์ (Electronica)

เป็นแนวเพลงที่รวมแนวอิเล็กทรอนิกส์ร่วมสมัย ไม่ว่าจะเป็เพลงสำหรับเต้นรำ เพลงสำหรับเป็นพื้นหลังประกอบกิจกรรม แต่ไม่เหมือนเพลงอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ มันไม่ได้เฉพาะการเต้นรำเท่านั้น ที่มาของคำเริ่มใช้ครั้งแรกในช่วงคริสตศตวรรษที่ 1990 เกี่ยวข้องกับ โพสต์-รฟ อิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ แนวเพลงอย่างเช่น เทคโน ครัมแอนด์เบส ดาวน์เท็มโป และแอมเบียนต์ ก็มีความหมายถึงอิเล็กทรอนิกส์ ศิลปินแนวอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ Madonna , The Prodigy , Orbital , Underworld , FSOL , Autechre

11) เร็กเก้ (Reggae)

เป็นแนวดนตรีแอฟริกัน-แคริบเบียน ซึ่งพัฒนาขึ้นบนหมู่เกาะจาไมก้า และมีความซิดิกใกล้เคียงต่อกับลัทธิรastasตาฟาเรียน (Rastafarianism) รากดั้งเดิมของเร็กเก้สามารถค้นหาได้จากดนตรีเทรดิชันหรือประเพณีนิยมของแอฟริกัน-แคริบเบียนที่มีพอย กับดนตรีริธึมแอนด์บลูส์ของอเมริกัน

เร็กเก้ เป็นดนตรีที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะที่เดียวในโลกของประเทศจาไมก้า ซึ่งอิทธิพลทางดนตรีมาจากนิวออร์ลีน ริธึมแอนด์บลูส์ มาจากการฟังวิทยุทรานซิสเตอร์ที่รับคลื่นสั้นจากสหรัฐอเมริกาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 รากเหง้าของดนตรีคนแอฟริกัน-แคริบเบียน คือเพลงโฟล์คของจาไมก้าที่เรียกว่า เมนโต (Mento) มีท่วงทำนองเพลงไปในทางแนวดนตรีคาลิปโซ เนื้อหาของบทเพลงจะพูดถึงการเรียกร้องสิทธิของตัวเองและปัญหาความยากจนต่อประเทศเจ้าอาณานิคมในหมู่เกาะอินดีสตะวันตกในทะเลแคริบเบียน สำหรับจาไมก้าตกอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษพลเมืองตกเป็นทาสของคนผิวขาว ก็มีการพัฒนาคนตรีเมนโตนำมาผสมกับอาร์แอนด์บีทางตะวันตกเฉียงใต้ของสหรัฐอเมริกา พัฒนาเปลี่ยนแปลงจังหวะเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นคนตรีสกา (Ska) โดยเปลี่ยนแปลงจังหวะให้เพิ่มขึ้น กีตาร์เล่นจังหวะชก และมีการเล่นลัดจังหวะ ถือว่าเป็นการแปลความหมายของคนตรีอาร์แอนด์บีอีกรูปแบบหนึ่ง และเป็นที่ยอมรับอย่างมากในช่วงต้นยุคทศวรรษที่ 60 และได้มีการพัฒนาขึ้นอีกขั้น ปีทของดนตรีจึงถูกดึงให้ช้าลงใช้เปียโนและเบสที่มีอิทธิพลคนตรีร็อกเข้ามาจึงเรียกว่า ร็อกสเตดี้ (Rocksteady) จนมาถึงปี 1968 ก็ได้มีการพัฒนาจนถึงขีดสุด คนตรีเร็กเก้จึงถือกำเนิดขึ้น ภายใต้แนวความคิดของลัทธิรastasตาฟาเรียน ทรงผมพันเชือกหรือเครด ล็อก และอุดมคติทางการเมืองและสังคม ในการพาชาวแอฟริกัน-แคริบเบียน กลับสู่แผ่นดินในทวีปแอฟริกา

12) สกา (Ska) และร็อกสเตดี้ (Rocksteady)

คือพื้นฐานทางแนวดนตรีผู้มาก่อนเร็กเก้ในยุคทศวรรษที่ 60 ก่อนที่ บ็อบ มาร์เลย์ จะทำให้คนตรีเร็กเก้เป็นที่นิยมไปทั่วโลก ก็เคยบันทึกเสียงในแนวคนตรีร็อกสเตดี้ในช่วงแรกในอาชีพของเขา สไตล์คนตรีเร็กเก้ที่ทำให้เขามีชื่อเสียงมากเรียกกันว่า รุทส์ เร็กเก้ (Roots Reggae) หรือ รุทส์ ร็อก เร็กเก้ (Roots Rock Reggae) และใช้กับศิลปินอีกมากมายที่ทำงานในแบบเดียวกันอย่าง Black Uhuru, Burning Spear, Culture, Israel Vibrations, The Skatalites and Toots และ The Maytals ซึ่งสามารถส่งอิทธิพลมาถึงวง UB40 ในสหราชอาณาจักร ในจาไมก้าเอง คนตรีสไตล์ใหม่ได้ทวีความนิยมมากกว่า โดยมีการพัฒนาไปสู่สไตล์เลิฟเวอร์ส ร็อก (Lovers Rock) แด็นซ์ฮอลล์ (Dancehall) และเร็กกัมพัฟฟิน (Raggamuffin)

13) ฮิป ฮอป (Hip Hop)

(อาจเขียนเป็น ฮิป-ฮอป (Hip-hop) หรือ ฮิปฮอป (Hiphop)) มีความหมายถึงในด้านคนตรีแนวฮิปฮอป ที่เป็นที่นิยมสำหรับวัยรุ่นอเมริกาและทั่วโลก จนถูกยกระดับให้เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งมีรากฐานการพัฒนาจากชาวแอฟริกัน-อเมริกัน และ ชาวละติน โดยในช่วงยุค 70' หลังจากที่คนตรีดิสโก้ที่พัฒนามาจาก แนวมุสิคฟังก์ ในแบบของโมทาวน์ ได้รับความ

นิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้มีการเปิดแผ่นเพลงในคลับต่าง ๆ และด้วยการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เกิดการสร้าง Loop, Beat ใหม่ ๆ ขึ้นมา คนตรีฮิปฮอป จึงถือกำเนิดขึ้น ฮิปฮอปในประเทศไทย ในประเทศไทยแนวฮิปฮอปยังไม่ได้อยู่ในกระแสหลัก มีศิลปินบุกเบิกอย่าง โจอี้บอย ก้านคอกคลับ และ ชันเงิน ไทยเทเนียม รายชื่อศิลปินแนวฮิปฮอปในประเทศไทย เช่น โจอี้บอย (Joey Boy) ไทยเทเนียม (Thaitanium) คาจิม (Dajim) ที (บี เอ็ม ที) เจ เจตริน สิ่งเหนือเสียดี้ บี-คิง (B-King) ในยุคหนึ่ง 2547-2549 เป็นผู้เชี่ยวชาญการแร็ปสด และ แร็ปในสไตล์ เร็วกั๊ ฮิปฮอป คล้าย โจอี้บอย Du Ja Da

14) แร็ป (Rap)

คือการพูดในลักษณะคำกลอนลงจังหวะเพลง โดยส่วนใหญ่จะใช้จังหวะเร็ว เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของวัฒนธรรมฮิปฮอป แร็ปเป็นการร้องแบบที่เป็นจังหวะ การร้องคล้ายเสียงพูด และเนื้อหาของเพลงที่มีความหมายและมีความคล้องจองกัน รวมทั้งเน้นที่การกำกับจังหวะ โดยใช้จังหวะกลองอิเล็กทรอนิกส์ และเทคนิคการ Sampling งานเพลงอื่นๆ การแร็ปได้พัฒนาทั้งภายในและนอก ของคนตรีแนวฮิปฮอป Kool Herc ชาวจาไมกาในนิวยอร์กได้เริ่มการพูดลงบนเพลงประเภทเด็นซ์ฮอลล์ ในทศวรรษที่ 70 จนในทศวรรษที่ 80 ความสำเร็จของวงรัน-ดีเอ็มซี ได้เปิดกว้างให้วงการเพลงแร็ป พอลถึงปลายยุคทศวรรษที่ 90 ฮิปฮอปได้ก้าวเข้าสู่กระแสหลัก ในยุค 2000 ฮิปฮอปได้คืนเริ่มจะมีการใช้จังหวะที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ท่วงทำนองในการพูด เนื้อคำกลอนที่ซับซ้อน และการเล่นคำอย่างสร้างสรรค์ เนื้อเพลงแร็ปมักถ่ายทอดชีวิตบนถนนที่เป็นที่มาของฮิปฮอป ผวนกับอ้างอิงถึงวัฒนธรรมกระแสนิยม และคำสแลงฮิปฮอปต่างๆ ศิลปินเพลงแร็ปชื่อดังของโลก ได้แก่ เอ็ม ซี แสมเมอร์, วานิลลา ไอซ์, คร. อัลเบน เป็นต้น

แร็ปในประเทศไทย เพลงแร็ปได้ปรากฏเป็นครั้งแรกราว พ.ศ. 2534 ในอัลบั้ม จ-ะ บ ของ เจตริน วรรณะสิน ในสังกัดแกรมมี่ กับ ทัช ธันเดอร์ ของ ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ในสังกัดอาร์เอส โดยในเวลานั้นทั้งคู่เสมือนเป็นคู่แข่งกัน แต่ว่าคนตรีของทั้งคู่ในเวลานั้นยังไม่ใช่แร็ปเต็มตัว เพียงแต่แฝงเข้าไปในทำนองเพลงป๊อปเด็นซ์เท่านั้นเอง จนกระทั่ง เจ เจตริน ได้ออกอัลบั้มชุดที่ 2 คือ 108-1009 มาในปี พ.ศ. 2536 มีหลายเพลงในอัลบั้มที่เป็นแร็ปมากขึ้น และในเพลง ประมานนี้หรือเปล่า ก็มีบางช่วงที่เป็นแร็ป อัลบั้มชุด Seventh Heaven พ.ศ. 2550 กับเพลง สวรรค์ชั้น 7 ศิลปินไทยที่นับว่าเป็นแร็ปเปอร์กลุ่มแรกจริงๆ คือ ทีเคโอ ในพ.ศ. 2536 สังกัดคีตา เรคคอร์ดส โปรดิิวซ์โดย กมล สุโกศล แคลปป์ แต่ว่ากลับไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากอาจเพราะกระแสคนตรีไทยในเวลานั้นยังไม่อาจรับได้กับเพลงในลักษณะนี้ แร็ป มาประสบความสำเร็จครั้งแรก ในพ.ศ. 2538 เมื่อ โจอี้ บอย สังกัดเบเกอรี่ มิวสิค ได้ออกอัลบั้ม โจอี้ บอย เป็นชุดแรก ซึ่งเป็นแร็ปแท้ทั้งอัลบั้ม โดยในช่วงเวลานั้นกระแสการฟังดนตรีในเมืองไทยได้เปลี่ยนไปจากแนวดนตรีกระแสหลัก ไปสู่นิวอิตีระมากขึ้นจึงทำให้เพลงแร็ป ได้รับความนิยมขึ้นมาด้วย ในพ.ศ. 2544 แกรมมี่ ก็ได้มีศิลปินแร็ป คือ คาจิม เพลงแร็ปในประเทศไทยมักจะมีคำไม่สุภาพหรือหยาบโลนเหมือนอย่างศิลปินในต่างประเทศ เช่น ไทยเทเนียม โจอี้ บอย และ คาจิม (ในช่วงเป็นศิลปินได้คืน) ความเป็นจริงแล้ว

เพลงที่น่าจะเรียกได้ว่าเป็นเพลงแร็ปเพลงแรกของประเทศไทย มีมาตั้งแต่ปี 2528 เป็นเพลงหนึ่งจาก อัลบั้มแคนสิวิไลซ์ ผลงานของ ธเนศ วรากุลนุเคราะห์ ชื่อเพลง เบื่อคนบ่น (<http://th.wikipedia.org/wiki/แนวเพลง>, กันยายน : 2551)

3. กฎหมายการคุ้มครองลิขสิทธิ์คนตรี พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์.ศ. 2537

ลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่มโดยการใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะของตนเองในการสร้างสรรค์ โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น โดยงานที่สร้างสรรค์ต้องเป็นงานตามประเภทที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้คุ้มครอง โดยผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่สร้างสรรค์โดยไม่ต้องจดทะเบียน

กฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครองแก่งานสร้างสรรค์ 9 ประเภทตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่

1. งานวรรณกรรม(หนังสือ จุลสาร สิ่งพิมพ์ คำปราศรัย โปรแกรมคอมพิวเตอร์)
2. งานนาฏกรรม (ทำรำ ทำเดิน)
3. งานศิลปกรรม (จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย ศิลปะประยุกต์)
4. งานดนตรีกรรม (ทำนอง ทำนองและเนื้อร้อง)
5. งานสิ่งบันทึกเสียง (เทป ซีดี)
6. งานโสตทัศนวัสดุ (วีซีดี ดีวีดี ที่มีภาพหรือมีทั้งภาพและเสียง)
7. งานภาพยนตร์
8. งานแพร่เสียงแพร่ภาพ
9. งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ

หลักความคุ้มครองลิขสิทธิ์ นั้นเพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้รับผลตอบแทน เป็นขวัญกำลังใจจากงานสร้างสรรค์ของตนเองและขณะเดียวกันกลไกการคุ้มครองลิขสิทธินั้นจะต้องคำนึงถึงประโยชน์และความเป็นธรรมของสังคมด้วย งานลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับเพลงนั้น โดยดั้งเดิมได้แก่ งานดนตรีกรรม ซึ่งก็คือ งานทำนอง/คำร้อง ที่สร้างสรรค์โดยนักแต่งเพลง ต่อมาเมื่อมีการนำทำนอง/คำร้อง นั้นมาสร้างสรรค์ต่อยอดเป็นเสียงดนตรี มีนักร้องร้องและทำการบันทึกเป็นเทป/ซีดี จัดทำเป็นสินค้าจำหน่ายซึ่งตัวเสียงดนตรี เสียงร้องต้นแบบของงานทำนอง/คำร้องนั้น เรียกว่า เป็นงานสิ่งบันทึกเสียงที่สร้างสรรค์โดยบริษัทเทปนั้น ในกฎหมายไทยเราก็จัดว่าเป็นงานลิขสิทธิ์เช่นกัน การที่บริษัทเทปจะนำทำนอง/คำร้องไปให้นักดนตรีเล่น ให้นักกร้อง ร้องบันทึกเป็นเทปต้นแบบเพื่อปั๊มเป็นเทป/ซีดี ขายต่อไปนั้น ก็จะต้องขออนุญาตสิทธิทำซ้ำ ทำนอง/คำร้อง (งานดนตรีกรรม) นั้น จากนักแต่งเพลงก่อนโดยจ่ายผลตอบแทนให้สิทธิส่วนนี้เรียกว่า “สิทธิทำซ้ำ” ส่วนสิทธิอีกประเภท คือ สิทธิเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งหมายถึงว่า ผู้ประกอบการใดๆ ที่มีการเปิดหรือแสดงเพลงเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจต้องทำการขออนุญาตสิทธิเผยแพร่ต่อสาธารณชน และจะต้องขออนุญาตงานลิขสิทธิ์ประเภทใดบ้างนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้เพลงของสถานประกอบการนั้นๆ เช่นถ้าเล่นดนตรี ร้องเพลงสดในร้านอาหาร หรือเล่นคอนเสิร์ตถือว่าการ

เผยแพร่งานดนตรีกรรม (ทำนอง/คำร้อง) อย่างเดียว แต่ถ้าเปิดเทปซีดี ก็ถือว่าเป็นการเผยแพร่ทั้งงานดนตรีกรรมและงานสิ่งบันทึกเสียง (<http://www.finearts.cmu.ac.th/library/law-license.htm>, กรกฎาคม : 2551)

การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. การพัฒนา

การพัฒนา หมายถึง การมีคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ที่ดีขึ้น อาจวัดคุณภาพชีวิตได้หลายแบบ เช่น วัดทางการศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง อนามัย หรือทางจิตใจ มีสิ่งเหล่านี้สูงขึ้นหรือมากขึ้นที่ดีถือว่ามีการพัฒนาสูงขึ้น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2549 : 80-88)

จากข้อความที่กล่าวไว้เบื้องต้น จึงสรุปได้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสังคมซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างและหน้าที่ในสังคม โดยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม 2 ระดับคือ

1) การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล เรียกว่า “การทำให้ทันสมัย” ซึ่งเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลที่อยู่ในสังคมเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเก่าเป็นแบบที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น และมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2) การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม เรียกว่า “การพัฒนา” หมายถึง การที่นำเอาความคิดใหม่ๆ เข้ามาใช้ในสังคม เพื่อให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้นและมีชีวิตความเป็นอยู่ในระดับที่ดีขึ้น โดยใช้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ตลอดจนการมีสถาบันทางสังคมที่ดีขึ้นด้วย

1.1 หัวใจของการพัฒนา

ประวิตร ชูศิลป์ (2542 : 2) นำแนวพระราชดำริด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ได้ทรงชี้แนะไว้ ตอนหนึ่งว่า

“การพัฒนาข้างเมืองให้เจริญยิ่งขึ้นไปนั้น ย่อมต้องพัฒนาบุคคลก่อน เพราะถ้าบุคคลอันเป็นองค์ประกอบของส่วนร่วมไม่ได้รับการพัฒนาแล้ว ส่วนรวมจะเจริญและมั่นคงได้ยากยิ่ง การที่บุคคลจะพัฒนาได้ก็ด้วยปัจจัยประการเดียวคือ การศึกษา การศึกษานั้นแบ่งเป็นสองส่วนคือ การศึกษาวิชาการ (Academic Learning) ส่วนหนึ่ง กับการอบรมบ่มนิสัย (Spiritual Development) ให้เป็นผู้มีจิตใจใฝ่ดีใฝ่เจริญ มีปกติละอายชั่วกลัวบาปส่วนหนึ่ง การพัฒนาบุคคลจะต้องพัฒนาให้ครบถ้วนทั้งสองส่วน เพื่อให้บุคคลได้มีความรู้ไว้ใช้ประกอบการและมีความดีไว้เกื้อหนุนการประพฤติปฏิบัติทุกอย่างให้เป็นไปในทางที่ถูกที่ควรและอำนวยผลเป็นประโยชน์ที่พึงประสงค์”

โสภาส เสวีกุล.(2551 : 1) ได้กล่าวถึง หัวใจในการพัฒนา ในบทความรายงานพิเศษ “ข้าวยากหมากแพง” ว่าในการพัฒนาจะต้องสร้างความภูมิใจในอาชีพ ดังพระราชดำรัสสมเด็จพระนางเจ้าฯพระบรมราชินีนาถ ความว่า

“ประเทศไทยขึ้นอยู่ได้อย่างมีอิสระเสรี ไม่ต้องพึ่งพาใครก็เพราะพิชพันธุ์ธัญญาหารที่เรามี และผู้ที่ทำให้เราขึ้นอยู่ได้อย่างเข้มแข็ง คือชาวบ้านคนไทยที่ภูมิใจในการทำไร่ทำนาตนเอง”

แผนบริหารจัดการกำลังคนของจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2552-2555 (2552 : 5) ได้วางแผนการบริหารจัดการและพัฒนาคนไว้ว่า กิจกรรมของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีด้วยกันหลากหลายวิธีแล้วแต่หลักคึกคักของนักวิชาการ แต่ละท่านที่ได้ให้ความหมายไว้ Nadler (1985) ก็เป็นปรมาจารย์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ท่านหนึ่งของอเมริกาที่ได้รับการยอมรับของโลก ได้แบ่งกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกันคือ

Training : การฝึกอบรม เน้นการเรียนรู้งานในปัจจุบัน

Education : การศึกษา เน้นการเรียนรู้งานในอนาคต

Development : การพัฒนา เน้นการเรียนรู้ที่ไม่เกี่ยวกับงานแต่มุ่งให้ก้าวทัน

ความเปลี่ยนแปลงของโลกตามความต้องการขององค์กร หรือประเทศ

จากข้อความเบื้องต้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หรือ Human Resource Development กำลังเป็นที่สนใจและให้ความสำคัญของนานาประเทศ จึงมีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยกันหลากหลาย ซึ่งแตกต่างกันไปตามมุมมองที่ตนเองถนัดและนำไป ใช้ไม่ว่าจะเป็นมุมมองทางด้านนักสังคมศาสตร์ นักเศรษฐศาสตร์ นักวิชาการหรือนักการศึกษาแต่โดยสรุปแล้วการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์หรือการพัฒนากำลังคน มุ่งส่งเสริมให้ “คน” เป็นผู้ที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ รู้จักพัฒนาตนเองเต็มเต็มศักยภาพความเป็นคนของตนเองและมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยอาจจะเป็นการพัฒนาโดยองค์กร ใดองค์กรหนึ่งจัดให้ หรือเป็นการ ใฝ่หาความรู้ด้วยตัวเอง แต่นำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าในงานและ ในชีวิตอีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้องค์กรหรือประเทศเจริญก้าวหน้าอีกด้วย

1.2 การพัฒนาคุณภาพประชากร

ประชากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดของชุมชนหรือของประเทศ จึงจำเป็นต้องพัฒนาประชากรให้มีคุณภาพ ประเทศใดก็ตามที่ประชากรมีคุณภาพจะสามารถพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้ทุกๆด้าน สามารถต่อสู้ปัญหาและศัตรู ได้ในทุกโอกาสและทุกวิถีทาง ประชาชนอยู่ดีกินดีมีความสุขโดยถ้วนหน้า สำหรับประเทศไทย รัฐได้ตั้งเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพประชากรไว้คือ

(1) มุ่งพัฒนาคุณภาพในการดำรงชีวิต ให้ประชากรคิดเป็น ทำเป็นแก้ปัญหาเป็น มีระเบียบวินัยและมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม มีความสามารถในการทำงานเป็นหมู่คณะ มีความสามารถในการประกอบอาชีพ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมและประเทศชาติ

(2) มุ่งพัฒนาคุณภาพทางร่างกาย เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดี มีสุขภาพและพลานามัยสมบูรณ์ สามารถปฏิบัติตนในด้านสุขอนามัยและโภชนาการได้ถูกต้อง

(3) มุ่งพัฒนาคุณภาพทางจิตใจ เพื่อเสริมสร้างให้ประชาชนมีคุณธรรม จริยธรรม ประพฤติปฏิบัติตามหลักศาสนา มีสุขภาพจิตที่ดี

1.3 วิธีการพัฒนาคุณภาพประชากร

การพัฒนาคุณภาพประชากรนั้นทำได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มจำนวนประชากร สภาพแวดล้อมและอื่น ๆ แนวทางในการพัฒนาที่สำคัญ คือ

(1) ให้การศึกษา เป็นการพัฒนาคุณภาพเบื้องต้นเพราะถ้าประชากรมีการศึกษามีความรู้จะสามารถประพฤติปฏิบัติตนได้ถูกต้อง สามารถทำงานเลี้ยงชีพของตนได้ การให้การศึกษาที่ตรงกับความสามารถของประชากรจะช่วยให้ประชากรมีคุณภาพมากขึ้น การให้ศึกษานี้ทำได้ทั้งการศึกษาในระบบและการศึกษานอกระบบ

(2) ให้บริการด้านสาธารณสุขอย่างทั่วถึง จะช่วยพัฒนาคุณภาพประชากรทางด้านร่างกายและสุขภาพจิตได้มาก

(3) ส่งเสริมอาชีพและพัฒนาอาชีพ โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับอาชีพนั้น ๆ ให้เงินทุน ผลิตผล วัสดุอุปกรณ์ ส่งไปดูงาน ออกกฎหมายคุ้มครอง สร้างตลาดแรงงาน ก็จะเป็นวิธีพัฒนาคุณภาพทางหนึ่ง

(4) ส่งเสริมและพัฒนาด้านคุณธรรมโดยการอบรมส่งเสริมให้ประชากรมีจิตใจที่เข้มแข็ง มีคุณธรรมในทุก ๆ ด้าน ประชากรที่มีการศึกษาคิด ร่างกายแข็งแรงมีอาชีพ แต่ถ้าขาดคุณธรรมแล้วจะนับว่าเป็นประชากรที่มีคุณภาพไม่ได้

2. แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกคือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอ ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

2) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยีได้แก่ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสารได้แก่ ระบบการจอง ตำรวจที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้

ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวช่วยเพิ่มความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยวด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวช่วยไม่นิยมที่จะเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยี่ยมชมแต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้ไม่เกิดความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมค่าใช้จ่ายจะเข้าไปในทุกๆด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวจะถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด (<http://th.wikipedia.org/wiki/กรกฎาคม> : 2551)

จากปัจจัยดังกล่าวเบื้องต้นอาจสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อยๆ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย ปัจจัยทาง

การเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี มักจะถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม มีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมา และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น

2.2 ลักษณะของการท่องเที่ยว

นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วยซึ่งอาจจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่นรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมองอาจรวมถึงการ พักฟื้นหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบสะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเลหรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม
3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษา หาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้ สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวเช่นชายทะเล ภูเขาหรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลาหรือส่องสัตว์เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลายๆแบบมักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือมีโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือการที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง (<http://th.wikipedia.org/wiki>, กรกฎาคม : 2551)

จากจุดประสงค์ดังกล่าวทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ากลายเป็นธุรกิจระหว่างชาติที่จะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้นและมีรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบ Ecotourism หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวไทยวันนี้ หลายคนคงไม่อาจปฏิเสธว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการขับเคลื่อนกลไกทางเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศพัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาต่างชูประเด็นการท่องเที่ยวเป็นทัพหน้านำเงินตราเข้าสู่ประเทศทั้งสิ้น ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่า เดือนมกราคม พ.ศ. 2548 ไทยขาดดุลบัญชีเดินสะพัด 942 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 37,680 ล้านบาท และมีดุลการค้าคิดลบที่ 1,475 ล้านดอลลาร์ หลังจากที่มีปริมาณการส่งออกมี 7,695 ล้านดอลลาร์ น้อยกว่าปริมาณนำเข้าที่มีมูลค่ามากถึง 9,170 ล้านดอลลาร์ ขณะที่มูลค่าบริการ ซึ่งเป็นรายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวและบริการทำได้น้อยกว่าที่คาดไว้ มีเพียง 533 ล้านดอลลาร์ เท่านั้นส่วนตัวเลขเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา สามารถส่งออกได้ 7,644 ล้านดอลลาร์ แต่ยังมีน้อยกว่ายอดนำเข้า คือ 8,240 ล้านดอลลาร์ ส่งผลให้ดุลการค้ายังคงติดลบอยู่ 596 ล้านดอลลาร์ โชคดีที่ได้ดุลบริการจำนวน 702 ล้านดอลลาร์ มาช่วยกอบกู้ไม่ให้ดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลถึง 2 เดือนติดต่อกัน โดยเกิดดุลเล็กน้อยเพียง 106 ล้านดอลลาร์ หรือ 624 ล้านบาทเท่านั้น

ประเทศไทยของเราจัดเป็นประเทศที่เรียกว่า ตลาดการท่องเที่ยวสดใสและมีชีวิต เพราะเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย รองจากจีน ฮองกง และมาเลเซีย และมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับ 3 รองจากจีนและฮองกง จากตารางการจัดอันดับด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆทั่วโลกโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) พบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว

มากที่สุดเป็นลำดับที่ 21 ของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 16 ของโลก
รายละเอียดดังตาราง 1

อันดับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด	
ประเทศ	ล้านคน	ประเทศ	พันล้าน \$US	ประเทศ	\$US
1.ฝรั่งเศส	76	1.สหรัฐอเมริกา	85	1.ออสเตรเลีย	1,705
2.สหรัฐอเมริกา	51	2.สเปน	31	2.สหรัฐอเมริกา	1,673
3.สเปน	48	3.ฝรั่งเศส	30	3.เกาหลี	1,242
4.อิตาลี	41	4.อิตาลี	27	5.อินโดนีเซีย	1,136
5.จีน	31	5.อังกฤษ	20	7.สิงคโปร์	921
14.ฮ่องกง	13	6.เยอรมัน	18	12.ไทย	749
18.มาเลเซีย	10	7.จีน	16		
21.ไทย	10	13.ฮ่องกง	8		
		16.ไทย	7		

ตาราง 1 : เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ และรายได้ต่อนักท่องเที่ยวในระดับโลก

(สถิติการท่องเที่ยว ททท. <http://www.ta.or.th>, 2551)

หมายเหตุ : คำนวณจากการประเมินของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 389 ราย และบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ 45 แห่ง

ความน่าสนใจในตารางข้างต้น มิใช่เพียงแต่การนำเสนอภาพตัวเลขเท่านั้น หากพิจารณาให้ถี่ถ้วนจะพบว่า ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวแวะเข้ามาเยือนมากที่สุดกลับไม่ใช่ประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดและเมื่อพิจารณารายได้ต่อนักท่องเที่ยวหนึ่งคนที่มาเที่ยว ก็ยังมีประเทศที่ได้รายได้ต่อหัวสูงที่สุด ข้อมูลในตารางสะท้อนให้เห็นว่าแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จนั้นมิใช่การผูกขาดที่ปริมาณรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว หากแต่ต้องสร้างสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติ

(Host – Guest Relationship) การกำหนดจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนจะทำให้เราสามารถเลือกนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีศักยภาพทางการเงินในการใช้จ่ายในประเทศของเราได้มากกว่า โดยที่มิต้องใส่ใจกับสัดส่วนตัวเลขและปริมาณของนักท่องเที่ยว เพราะบางครั้งการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป อาจเกิดผลกระทบทางด้านความเสื่อมโทรมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของเรานเองที่ไม่สามารถสามารถรองรับนักท่องเที่ยว ในจำนวนมาก ดังนั้นการวางตำแหน่งทางการตลาดทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม จะทำให้เรามีนักท่องเที่ยวที่คุณภาพ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง มีการทำนุบำรุงในพื้นที่ในระยะยาว ในขณะที่เราอาจจะได้รับผลกระทบทางลบน้อยลง หรือไม่มีเลยก็ได้ อาจกล่าวได้ว่าเวลาที่ประเทศไทยใช้นโยบายการเปิดตลาดท่องเที่ยวแบบใหม่หรือเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพเป็นหลักนั้น อาจเป็นวิธีที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหลังจากที่ประเทศต้องเผชิญวิกฤติในหลายๆด้าน

วัลยา โอพาร์ตน์มณี และอารัญ บุญชัย (2546 : 56) ได้แสดงทัศนะในบทความเรื่อง“ ท่องเที่ยว : บทบาทการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ” ถึงประเด็นที่ควรนำมาพิจารณาประกอบการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว เพื่อรักษาฐานกำลังทางเศรษฐกิจและสถานภาพขีดความสามารถ ในการแข่งขันกับเวทีการตลาดโลก โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ

1. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำถิ่นหรือภูมิภาคโดยเฉพาะพื้นที่ที่เป็นเมืองหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เช่น พัทยา เชียงใหม่ เกาะสมุย และเกาะภูเก็ตแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมถึง 1,699 แห่ง จาก 2,879 แห่ง ซึ่งมีสาเหตุมาจากมนุษย์และกิจกรรมต่างๆ ทั้งในและนอกแหล่งท่องเที่ยวขาดการกำหนดมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและการควบคุมตามมาตรฐานเพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวรวมถึงการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่แข่งขันกันโดยตัดราคาและลดคุณภาพนำไปสู่วงจรกับดักราคาต่ำ

2. ข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้แก่ ข้อจำกัดด้านพิธีการเข้าเมืองข้อกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว และทักษะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเป็นต้น

3. ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการแฝงตัวเข้ามาของอาชญากรข้ามชาติ เป็นปัญหาเรื้อรังที่ทำลายภาพพจน์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

4. ภาวะการแข่งขันการท่องเที่ยวในตลาดโลกทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ กลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเนื่องจากหลายประเทศต่างต้องการ ใช้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทยในยามวิกฤติเช่นกันจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ประเทศจะต้องพยายามรักษาสถานะ และส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ให้ได้

5. กลไกการบริหารจัดการยังคงรวมศูนย์อยู่ที่ส่วนกลางหรือหน่วยงานเจ้าของพื้นที่ โดยมีอำนาจหน้าที่ทั้งกำหนดนโยบาย วางแผนพัฒนา จัดสรรงบประมาณ และดำเนินแผนงานหรือโครงการ ในขณะที่ภาคเอกชนองค์กรส่วนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ ยังขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมในกลไกการบริหารจัดการ

2.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้มีการฟื้นฟู และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไปในตัว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นผลดีต่อสุขภาพ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม

1) ด้านเศรษฐกิจ

- (1) การท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้ เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
- (2) รายได้ที่ได้มาในรูปแบบเงินตราทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลภาพของการชำระหนี้ได้
- (3) รายได้จากการท่องเที่ยวจะกระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวางอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการผลิตและ นำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบ เศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อ ๆ กัน ไปอีกหลายรอบ เพราะเมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ แก่คนบางกลุ่มหรือกิจกรรมบางประเภท บุคคลหรือกิจกรรมที่ได้รับรายได้นี้จะนำรายได้ ส่วนหนึ่งใช้จ่ายต่อไปเรื่อย ๆ
- (4) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เนื่องจากการท่องเที่ยว มีได้ทั้งดินฟ้าอากาศเป็นหลักเช่นเดียวกับการเกษตร ผลผลิตที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้แก่ ความงดงาม ตามธรรมชาติ ความเจริญทางด้านวัฒนธรรมของชาติ ในขณะที่ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มากขึ้น ทุกปีอาจมาจากสาเหตุต่างๆ กัน เช่น ความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

2) ด้านสังคม

- (1) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่น ได้มีโอกาสพบปะหรือทำกิจกรรม ร่วมกันมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีต่อกัน ก็จะเป็นการลดช่องว่างทางสังคม ของประชากรได้เป็นอย่างดี ความสงบสุขย่อมเกิดขึ้นในสังคม
- (2) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิด สันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน
- (3) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัด ปัญหาการล้นไหลและการเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำในเมืองของประชาชนชนบท

3) ด้านการสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของชาติซึ่งเป็น สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ชาติไทยเป็นชาติเก่าแก่ ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมเป็นของตนเอง นานเป็นความภูมิใจและความหวงแหนการฟื้นฟูเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจึงเป็นการรักษาสิ่งดีงามเหล่านี้ไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังด้วย ดังจะเห็นได้จากงานฟื้นฟูประเพณีต่างๆ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมมากขึ้น โดยคงรักษาจุดมุ่งหมายเดิมไว้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง

4) ด้านสุขภาพ

การที่ได้มีโอกาสเดินทางพักผ่อนตามความพึงพอใจไม่ จะเป็นการท่องเที่ยว ธรรมชาติอันงดงาม การ ไปยิมนาสติกปลา หรือการ ได้เที่ยวชมความเจริญก้าวหน้าของเมืองใหญ่ๆ ได้

พบเห็นสิ่งที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ย่อมทำให้เกิดความเบื่อกับงาน ความสบายใจจะช่วยบรรเทาความเหน็ดเหนื่อยเคร่งเครียดจากการทำงานได้ เป็นผลให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

5) ด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น

เมื่อเกิดการท่องเที่ยวไปยังส่วนต่างๆของประเทศไปยังชนบทที่ห่างไกลไปยังป่าเขา แม่น้ำลำธารก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมเหล่านั้น ทำให้เกิดการปรับปรุงสภาพแวดล้อม ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนร่วมมือกันในการรักษาสภาพต่างๆ ไว้ไม่ให้ถูกทำลาย ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้ดีขึ้น (<http://www.tat.or.th>, 2551)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไปในตัว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นผลดีต่อสุขภาพ และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย

2.5 การบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่าง การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่าย สินค้าที่ระลึก

2.6 ความต้องการของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง แนวความคิดหรือปรัชญาทางด้านการจัดการที่ มุ่งเน้น ไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้จากคำจำกัดความข้างต้น การตลาดของการท่องเที่ยวมีจุดเน้นสำคัญ 3 ประการ คือ

1. มุ่งเน้นในประเด็นที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบได้โดยการวิจัยตลาดและการพยากรณ์ความต้องการของตลาดในอนาคต
3. แนวความคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากต่อการประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจการท่องเที่ยว (วินิจ วิรยางกูร, 2532 : 63)

2.7 การตลาดการท่องเที่ยว

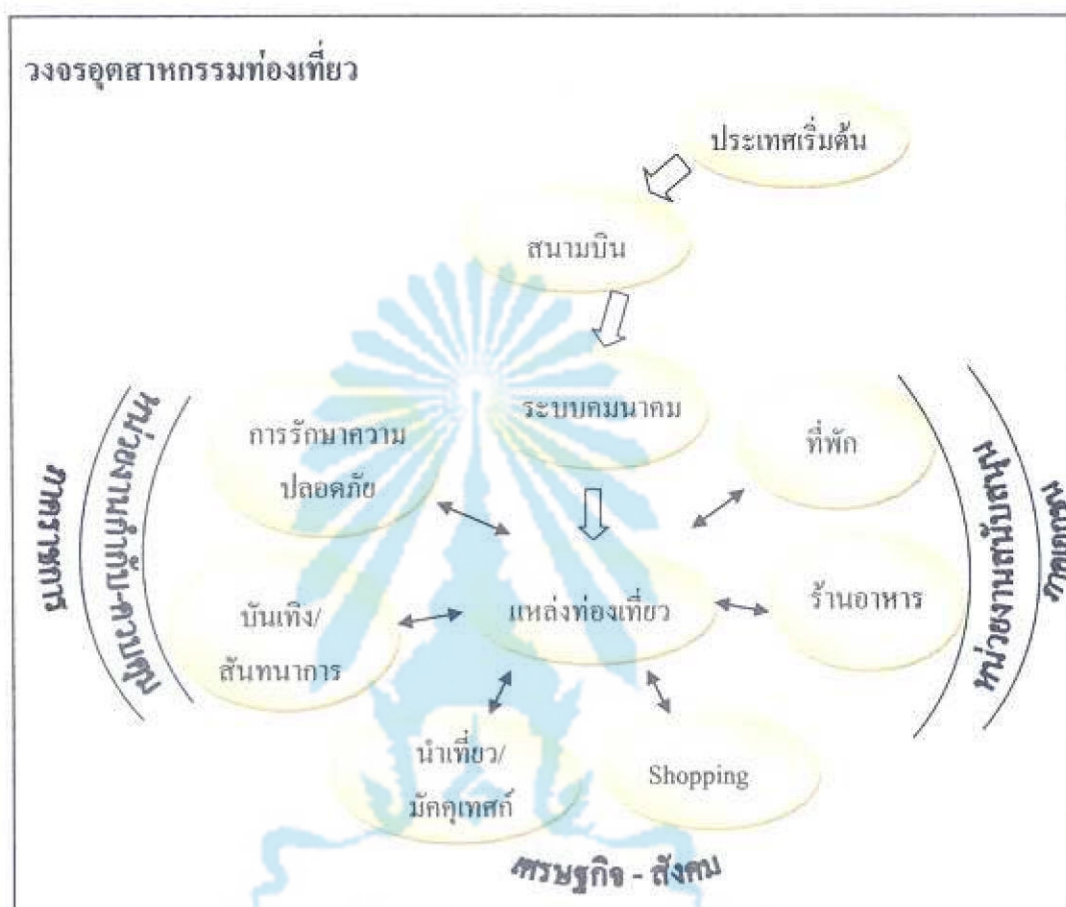
การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั่น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยว ในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น โดยการตลาดการท่องเที่ยว ทำได้ 2 วิธี

1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

2.8 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

สำหรับการเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านต่างๆประกอบด้วยความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction) การบริหารจัดการของรัฐ (Infrastructure & Public Service) และการจัดการ และการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Service)



ภาพประกอบ 2 วงจรรอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (วินิจ วีรขางกูร, 2532 : 71)

2.9 ผลกระทบของการท่องเที่ยว

1) การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทางด้านวัฒนธรรมและสังคม

การรับรองนักท่องเที่ยวสามารถนำมาซึ่งทั้งประโยชน์และปัญหาให้กับสังคมท้องถิ่นได้ รวมไปถึงรูปแบบของวัฒนธรรมถึงแม้ว่าจะสามารถวัดได้ยากว่าผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์กับสิ่งแวดล้อม แต่ก็เป็นตัวหลักในการพิจารณาในการพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวในที่ได้ก็ตาม ซึ่งผลกระทบด้านนี้จะเป็นสิ่งที่อันตรายมาก โดยเฉพาะในสังคมที่มีประเพณีที่เก่าแก่และเป็นอนุรักษ์นิยมถึงแม้ว่าผลกระทบที่เกิดจากการรับรองนักท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงแต่ก็ควรตระหนักว่าการมีกาพัฒนาก็นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอยู่แล้วและการรับรองนักท่องเที่ยวก็เป็นเพียงหนึ่งจากหลายๆสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของสังคม

ถ้าการวางแผนผังการพัฒนาและการจัดการที่ดี โดยมีความรับผิดชอบต่องสังคมก็สามารถนำมาซึ่งประโยชน์หลายอย่างในทางวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งมีดังนี้

1. เป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนและช่วยสนับสนุนการสร้างสาธารณูปโภค และบริการต่างๆ ภายในท้องถิ่นด้ยรายได้จากการท่องเที่ยวมีการกระจายอย่างดี

2. อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา ซึ่งอาจสูญหายไปเนื่องจากการพัฒนาเข้ามาแทนที่ การอนุรักษ์สถานที่ทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์นั้น ถือเป็นส่วนของผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งรูปแบบของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย คนตรี การเดินรำ ละคร เครื่องแต่งกาย ศิลปะ และงานฝีมือ ขนบธรรมเนียม พิธีกรรมต่างๆ รูปแบบการดำรงชีวิต กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กระทำเป็นประจำ และรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยว ถ้าสิ่งเหล่านี้สูญหายไป การรับรองนักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมก็จะไม่ได้รับความสำเร็จในพื้นที่นั้น การรับรองนักท่องเที่ยวยังช่วยในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและกระตุ้นให้มีการฟื้นฟูวัฒนธรรมที่น่าจะสูญหายไปแล้วให้กลับมีขึ้นอีกได้

3. ช่วยในการพัฒนาและบำรุงรักษาพิพิธภัณฑสถาน ละคร และส่วนของสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอีกด้วยซึ่งสถานที่ต่างๆเหล่านี้ได้รับเงินสนับสนุนจากการรับรองนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความเพลิดเพลินแก่ประชาชนผู้อยู่อาศัย พิพิธภัณฑสถานและโรงละครใหญ่ๆ หลายแห่งของโลกได้รับเงินเพื่อการดูแลสถานที่จากการขายบัตรเข้าชมให้กับนักท่องเที่ยว

4. เพิ่มความรู้สึกภาคภูมิใจในวัฒนธรรมให้กับประชาชนในท้องถิ่น เมื่อพวกเขาได้เห็นนักท่องเที่ยวชื่นชมยินดี ซึ่งเป็นความจริงที่เกิดในสังคมที่มีประเพณีซึ่งผ่านการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสูญเสียความรู้สึกยึดติดกับวัฒนธรรมของตนเอง และก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและประชาชนทำให้ได้รับการเรียนรู้มากขึ้น เริ่มให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมของคนอื่น ซึ่งการแลกเปลี่ยนนี้เกิดขึ้นได้มากที่สุดจากการท่องเที่ยวประเภทเพื่อการศึกษา และการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งสนใจพิเศษการท่องเที่ยวความหมู่บ้านและรายการท่องเที่ยวความบ้านซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปรู้จักกับครอบครัวของคนในท้องถิ่น

การรับรองนักท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดปัญหาวัฒนธรรมและสังคมที่ไม่ได้วางแผนไว้ การพัฒนาและจัดการปัญหาที่มักเกิดขึ้นคือ ปัญหาความแออัดเกินของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกแก่ประชาชนผู้อยู่อาศัยและทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจและต่อต้านนักท่องเที่ยว ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากเกินไปโดยเฉพาะช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ซึ่งทำให้สถานที่ท่องเที่ยว งานรื่นเริง ร้านอาหาร ร้านค้าและหน่วยบริการขนส่งเกิดความแออัดมากเกินไปทำให้ผู้อยู่อาศัยไม่สามารถใช้บริการของสิ่งที่กล่าวมาได้สะดวก แต่ถ้าผู้อยู่อาศัยถูกกันออกจากสถานที่ที่สวยงาม เช่น ชายหาดของโรงแรม ก็จะทำให้ผู้คนรู้สึกไม่พอใจ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากก็ทำให้เกิดความยุ่งยากกับชุมชนชนบทขนาดเล็กได้ และความไม่พอใจอาจเกิดขึ้นได้ เมื่อประชาชนเห็นว่าตนไม่ได้รับประโยชน์จากการรับรองนักท่องเที่ยว และการรับรองนักท่องเที่ยวนั้นเป็นคนนอกพื้นที่ บางปัญหาที่นำมาซึ่งการลดและทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี การเสื่อมสภาพของโบราณสถานสำคัญต่างๆ ก็เกิดจากการให้นักท่องเที่ยวเข้าชมมากเกินไปและมีการทำเพื่อประโยชน์ทางการค้า และสูญเสียประเพณี พิธีกรรม คนตรี การเดินรำ งานฝีมือและรูปแบบของวัฒนธรรมที่แท้จริงไป ถ้ามีการแสดงอย่างไม่เหมาะสมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและยังเกิดผล “ในทางทำลาย” โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ลอกเลียนแบบการแต่งกายของนักท่องเที่ยว และการไม่เข้าใจและเข้าใจคลาดเคลื่อน ก็อาจเกิดจากการที่มีภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีที่ต่างกัน ปัญหา

สังคมเรื่องยาเสพติดให้โทษ สุรา อาชญากรรมและการค้าประเวณี ก็มีผลมาจากการรับรองนักท่องเที่ยว ด้วยเหมือนกัน จากการค้นคว้าการเกิดปัญหานั้น ไม่ได้เกิดจากการรับรองนักท่องเที่ยวโดยตรงมากนัก และมันเป็นโอกาสในการเพิ่มปัญหาเหล่านี้ที่กล่าวมาแล้ว

2.10 การป้องกันปัญหาวัฒนธรรมและสังคม

นโยบายบางอย่างด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมก็ต้องมีความเหมาะสมกับด้านวัฒนธรรม และสังคมด้วยสังคม นโยบายสำคัญที่ใช้โดยทั่วไป คือ การพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะช่วยให้สังคม มีเวลาปรับตัวและศึกษาและมีวิธีเข้ามามีส่วนร่วมในประโยชน์จากการรับรองนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถให้ทางรัฐมีเวลาในการดูถึงผลกระทบที่เกิดจากการรับรองนักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถแก้ไขได้ ก่อนที่จะกล่าวมาเป็นปัญหาใหญ่โตดังที่เน้นแล้ว ผู้อยู่อาศัยควรจะมีส่วนร่วมในการออกแบบแนวทางการ พัฒนาซึ่งทำให้พวกเขาารู้สึกว่าตนมีพลังและมีส่วนร่วมกับการรับรองนักท่องเที่ยวด้วย และเลือกรูปแบบ การรับรองนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสังคมและการเลือกสรรทางการตลาดก็เป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่สนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นอีกด้วย

การวางนโยบายที่จะใช้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรมนิยมประเพณี ก็ถือเป็นวิธีหนึ่งที่จะลดผลเสียที่จะเกิดขึ้นทางด้านวัฒนธรรม และในเวลาเดียวกันนั้นสังคมก็อยากมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้เป็นทางเลือกทางวัฒนธรรม และเป็นการทำให้พวกเขาารู้สึกต้องการที่จะรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมของตนและเป็นการทำให้เกิด ความเป็นเอกลักษณ์พิเศษของวัฒนธรรมของคนไว้ ในขณะที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่สบายขึ้นและ น่าสนใจยิ่งขึ้น ดังนั้นในแต่ละสังคมต้องมีการตัดสินใจเลือกวิธีที่เหมาะสมที่สุดสำหรับประชาชนใน สังคมว่าต้องการให้รูปแบบการรับรองนักท่องเที่ยวเป็นแบบใด มีอีกหลายมาตรการที่จะใช้ควบคุม ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางด้านวัฒนธรรมและสังคมเพื่อใช้ในพื้นที่รับรองนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

1) การรักษาไว้ซึ่งการละเล่นดั้งเดิมของท้องถิ่น การเดินรำ ดนตรี ละคร ศิลปะและ งานฝีมือ รวมทั้งชุดแต่งกายด้วย ถึงแม้จะมีการปรับเพื่อการแสดงให้นักท่องเที่ยวชมก็ตามซึ่งจำเป็นต้อง ได้รับการฝึกมาเป็นพิเศษเพื่อความพร้อมและเพื่อควบคุมผลงานที่ออกมา แต่อย่างไรก็ตามทางด้าน พิธีกรรมทางศาสนาก็ไม่สามารถปรับเพื่อการแสดงให้นักท่องเที่ยวชมได้และยังต้องให้มีการควบคุม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมอีกด้วย

2) การอนุรักษ์รูปแบบสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของทางท้องถิ่น และมีการ ประยุกต์ใช้ในการก่อสร้างสถานที่สำหรับรับรองนักท่องเที่ยวโดยให้มีการเพิ่มเติมเข้าไป

3) การให้ความสะดวกแก่ผู้อยู่อาศัยในบริเวณเพื่อการเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยว ต่างๆและควบคุมไม่ให้มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นแออัดเกินไป

4) ถ้าคนธรรมดาไม่สามารถจับจ่ายสินค้าในร้านสำหรับนักท่องเที่ยวก็ควรจัดให้มี ร้านค้าที่ราคาไม่แพงสาขาย่อยของร้านเพื่อคนธรรมดา ซึ่งการเสียค่าผ่านประตูถูกกว่านักท่องเที่ยวก็ ถือเป็นเรื่องธรรมดา

5) ให้การศึกษาแก่ผู้อยู่ในพื้นที่เกี่ยวกับการรับรองนักท่องเที่ยว ความคิดประโยชน์ และปัญหาและแนวทางการพัฒนาการต้อนรับนักท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่นั้น และการจะมีส่วนร่วมในการรับรองนักท่องเที่ยวได้อย่างไร และลักษณะของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ การระแวงระวังโดยประชาชน ไม่ว่าจะเป็นทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการพบปะประชาชน การให้การศึกษาถึงการรับรองนักท่องเที่ยวควรมีทั้งในสถานศึกษาของรัฐและเอกชน

6) การให้ความรู้และข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะของสังคมในท้องถิ่นนั้น ไม่ว่าจะเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี ลักษณะการแต่งตัว พฤติกรรมที่ควรและไม่ควรปฏิบัติ ในศาสนสถานและสถานที่อื่น ๆ มีมารยาทในการถ่ายภาพ อุบายคัมภีร์และปัญหาอาชญากรรมเพราะด้านนักท่องเที่ยว เข้าใจแล้วก็จะทำให้ปฏิบัติตัวได้ถูกต้องมากขึ้น

7) การฝึกพนักงานเพื่อให้ทำงานด้านการรับรองนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านภาษาและการเข้าสังคมเพื่อให้การบริการได้ดีขึ้นและลดการไม่เข้าใจระหว่างนักท่องเที่ยวกับพนักงาน

8) มีมาตรการในการป้องกันยาเสพติดที่เข้มงวด รวมทั้งด้านอาชญากรรมและการค้าประเวณี ถ้านำมาคิดพิจารณาว่าเป็นปัญหาในพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละชนิดของการควบคุมก็จะเหมาะสม ต่างกันไปตามพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวต่างๆ

2.11 การมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ

ประเด็นการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ แก่ประชาชนในการดำเนินการต่างๆ ของหน่วยงานราชการแห่งรัฐ ได้รับการกำหนดไว้ให้เป็นเงื่อนไขแทบจะทุกราชการของการปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการพัฒนาท้องถิ่น รัฐธรรมนูญแห่งประเทศไทย พ.ศ.2540 ได้มีบทบัญญัติไว้หลายมาตราที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ตั้งแต่การบริหารและการปกครองระดับประเทศไปจนถึงการบริหารและการปกครองระดับท้องถิ่น ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้มีการตราพระราชบัญญัติการกระจายอำนาจไปยังองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 มอบหมายให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งหลายอยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น นอกเหนือจากองค์กรระดับท้องถิ่นที่จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามโครงการต่างๆ ดังที่ได้เสนอแนะแล้ว องค์กรพัฒนาบางประเภท บางขนาด ยังอาจต้องมอบหมายให้หน่วยงานและองค์กรอื่นๆ ที่มีส่วนรับผิดชอบงานเหล่านั้น องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอาจจำแนกเป็นองค์กรของรัฐ องค์กรธุรกิจเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชนและอื่นๆ ดังสรุปได้ดังนี้

1) องค์กรของรัฐ

องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ มีอยู่จำนวนมากตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดโดยกฎหมายทั้งในด้านการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ในด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจัดเป็นประเภทราชการส่วนกลาง

ภูมิภาคและท้องถิ่น ตามที่กำหนดในกฎระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และกฎหมายเฉพาะหน่วยงานที่บางหน่วยเกี่ยวข้องได้แก่

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- กรมขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- กรมควบคุมมลพิษ
- กรมศิลปากร
- กรมศาสนา
- กรมพัฒนาชุมชน
- กองทัพเรือ
- ตำรวจท่องเที่ยว
- ตำรวจน้ำ
- ตำรวจป่าไม้
- ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง
- จังหวัด

2) องค์กรธุรกิจภาคเอกชน

ธุรกิจภาคเอกชนเป็นองค์กรนิติบุคคลที่มีการประกอบการในรูปของบริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือร้านค้าตามกฎหมาย การประกอบการมีลักษณะเอกเทศค่อนข้างมาก แต่มีการจัดตั้งองค์กรร่วม เพื่อประสานงานช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกรอบของการท่องเที่ยว และภายในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น

- สหกรณ์
- สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆ
- หอการค้าไทย และหอการค้าจังหวัด
- สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
- สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
- สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว
- สมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย
- สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย
- สมาคมพาค้ำไทย
- สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย
- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว
- สมาคมโรงแรมไทย

3) องค์กรพัฒนาเอกชน (Non Governmental Organizations : NGO)

มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพื้นฐานของการจัดการการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์ ซึ่งตามพ.ร.บ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพแห่งชาติ พ.ศ.2536 ได้กำหนดเพื่อเป็นการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้องค์กรเอกชนที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายไทย กฎหมายต่างประเทศที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องโดยตรงกับการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมหรืออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีสิทธิ์ขอจดทะเบียนเป็นองค์กรเอกชนด้านการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ต่อกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4) สถาบันการศึกษา สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมี 2 ประเภท คือ สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนวิชาการท่องเที่ยวและสถาบันการศึกษาอื่นๆ

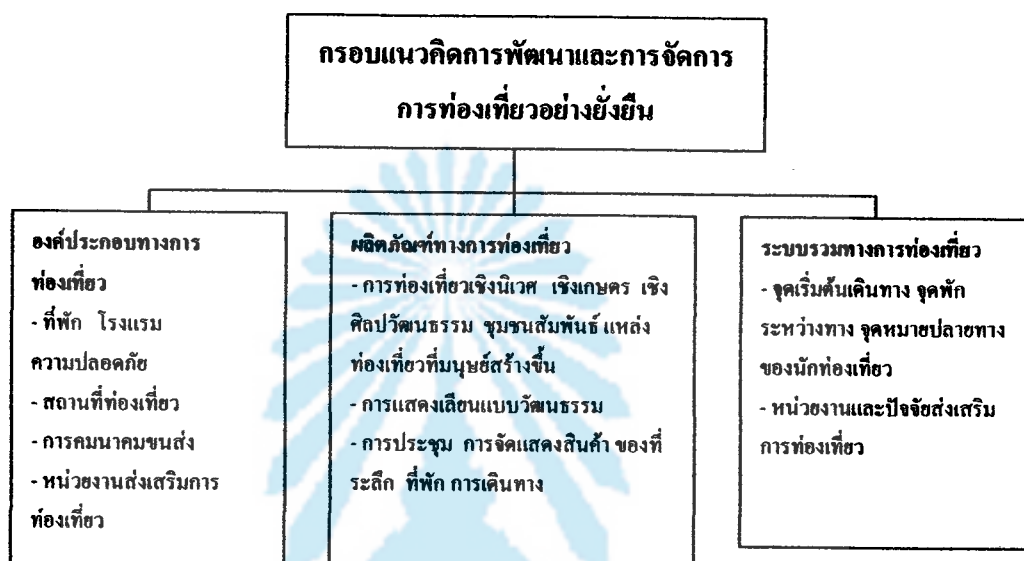
5) องค์กรในรูปคณะกรรมการ

- คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- คณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- คณะกรรมการฟื้นฟูทะเลไทย
- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ
- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ
- คณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด
- คณะกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนนั้นต้องมองใน 3 ประเด็นหลัก คือ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (Tourism Components) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) และระบบรวมทางการท่องเที่ยว (Whole Tourism System) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีปัจจัยที่จะต้องพิจารณาก็คือ ที่พักหรือโรงแรม ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก องค์ประกอบของการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดและเป็นเป้าหมายสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว เพียงพอต่อความต้องการและมีความปลอดภัยสูง บริษัทที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความเป็นสากลรวมไปถึงหน่วยงานส่งเสริมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคสามารถบริการได้อย่างครอบคลุม สะดวกและรวดเร็ว องค์ประกอบที่สอง ก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ที่ประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวชุมชน สัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ยังประกอบไปด้วย การแสดงเลียนแบบวัฒนธรรมดั้งเดิม การประชุมทางการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้าและของที่ระลึกในเทศกาลต่างๆ องค์ประกอบสุดท้ายเป็นระบบรวมทางการท่องเที่ยว (Whole Tourism System) เป็นการมองการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด หรือการมองให้ครอบคลุมตลอดการท่องเที่ยวนั่นเอง โดยจะต้องมองไปที่จุดเริ่มต้นของการเดินทาง จุดแวะพักระหว่างการเดินทาง จนกระทั่งถึงจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงหน่วยงานส่งเสริมทางการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ

ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเช่น การรณรงค์ การโฆษณา หรือรูปแบบการต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ดังแสดงในแผนภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(วินิจ วีรยางกูร, 2532 : 114)

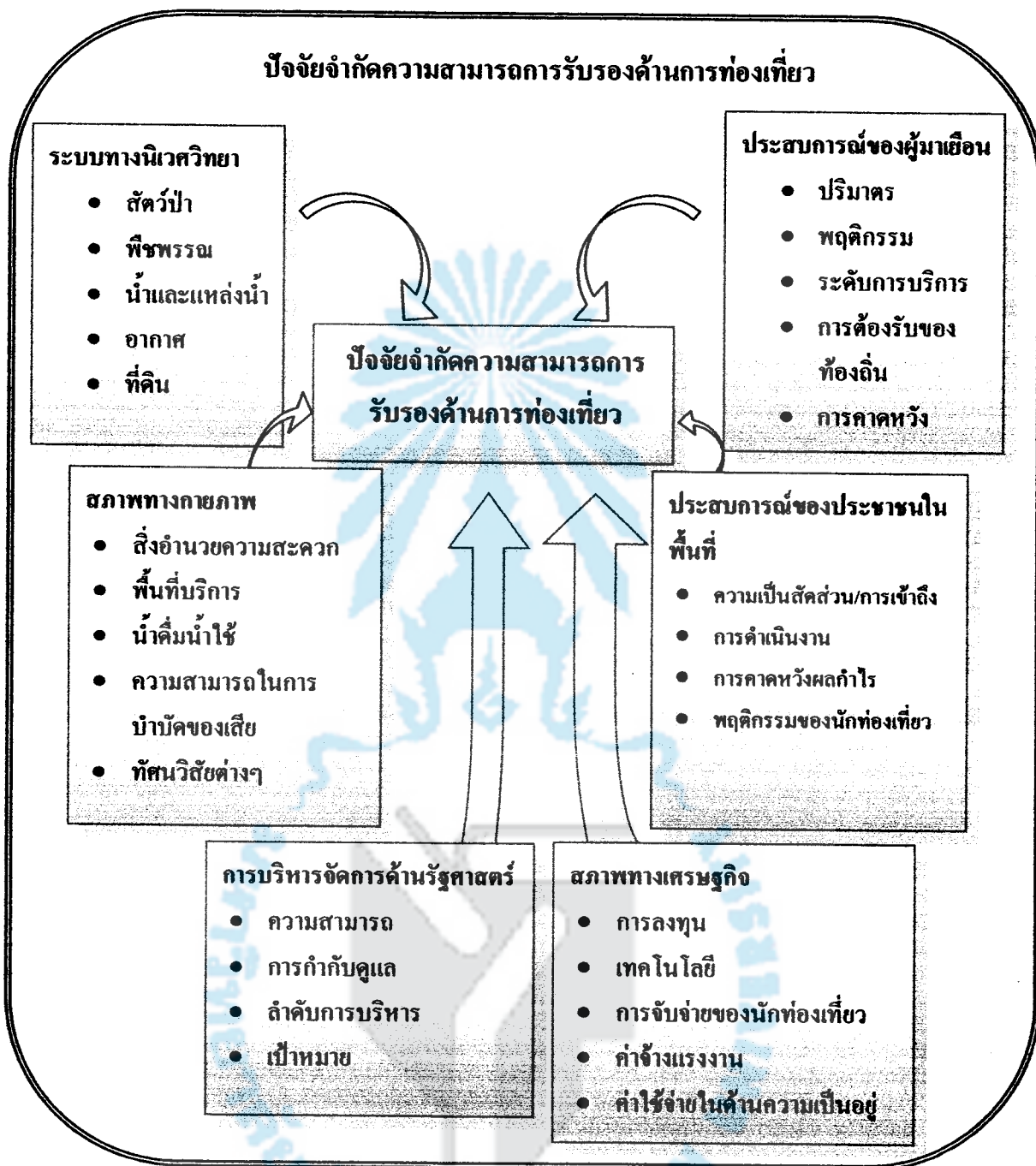
ข้อมูลจากแผนภาพหมายความว่า การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมองให้ลึกและครอบคลุมในทุกๆ องค์ประกอบย่อย ทั้งนี้ก็เพราะว่าแต่ละองค์ประกอบย่อยก็เปรียบได้กับหนึ่งจิ๊กซอร์ที่จะทำให้การท่องเที่ยวซึ่งเป็นภาพใหญ่สมบูรณ์ได้ หากขาดจิ๊กซอร์ไปสักตัวแม้ว่าตัวนั้นจะไม่ค่อยสำคัญนัก แต่ภาพใหญ่จะสมบูรณ์ได้อย่างไร ภาพที่ได้ก็จะออกมาไม่สวย บางทีภาพนั้นอาจจะหมกค่าหมกความหมายไปเลยก็ได้

โดยภาพรวมแล้ว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ 4 ประการดังต่อไปนี้

1. ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องที่นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในมุมมองของ Shirley (วินิจ วีรยางกูร, 2532 : 117) แล้ว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีหลักการสำคัญหลายประการ ซึ่ง Shirley ได้เสนอไว้ดังนี้ ดูตาราง 2

ตาราง 2 เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ประเด็นสาระ	รายละเอียด
การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน	การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
การลดการบริโภคและลดของเสีย	การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย
การรักษาความหลากหลาย	การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปอยู่ในแผนรวม	การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ และการพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
การสนับสนุนธุรกิจชุมชน	การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยที่ได้พิจารณาด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
การดำเนินการโดยท้องถิ่น	การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยวจะไม่เพียง แต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวมแต่ยังจะช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวด้วย
การเสนอแนะต่อสาธารณะ	การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการ ประชากรท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในอันที่จะร่วมงานกันไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน
การอบรมเจ้าหน้าที่	การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดคล้องแนวคิดและวิถีปฏิบัติ ในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกประการ จะช่วยยกระดับของการบริการการท่องเที่ยว
การตลาดที่รับผิดชอบ	การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย
การศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง	การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน



ภาพประกอบ 4 ปัจจัยจำกัดความสามารถการรับรองด้านการท่องเที่ยว

คุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยว

เป็นการพิจารณาคุณภาพโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในด้านการบริหารจัดการสถานที่ (ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การดูแลรักษาความปลอดภัย) สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานที่จอดรถ ห้องสุขา ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก สถานที่พักผ่อน บริการข้อมูลข่าวสาร/ป้ายชื่อ ประชาสัมพันธ์ ต่างๆ) ว่ามีความเหมาะสมเพียงใด ได้กำหนดระดับของคุณภาพเป็น 3 ระดับคือ

1. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการเป็นอย่างดี สภาพบริเวณสะอาด ระเบียบเรียบร้อย มีความเป็นระเบียบ การจัดภูมิทัศน์เหมาะสม การดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในปริมาณที่เหมาะสมกับสภาพของสถานที่ และเพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวปกติ กำหนดค่าคะแนนคุณภาพเท่ากับ 3

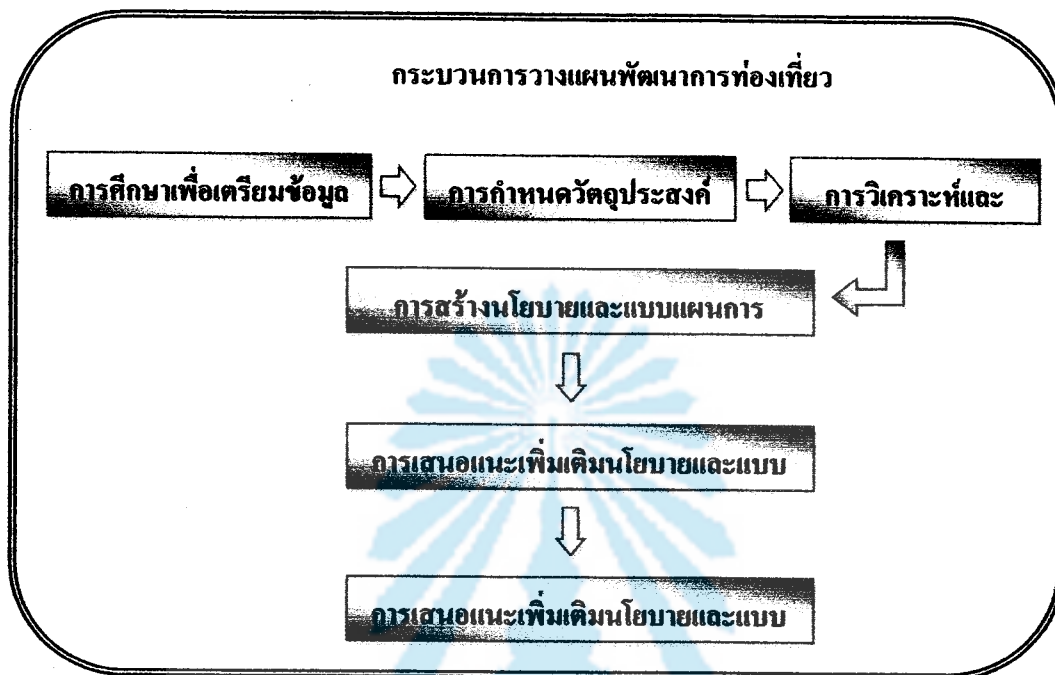
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพปานกลาง หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการในระดับรองลงมา มีข้อจำกัดหรืออ่อนด้อยในบางด้าน อันอาจมีสาเหตุบางประการที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้ เช่น สภาพสถานที่สะอาด แต่มีร้านค้าสิ่งก่อสร้างในบริเวณที่ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้คุณค่าของสถานที่ลดลงเป็นต้น กล่าวคือสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง กำหนดให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2

3. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่ำ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการสถานที่น้อยมาก หรือไม่มีการบริหารจัดการใดๆ เลย เป็นผลให้สภาพโดยรวมของสถานที่ไม่น่าชื่นชม เช่น ไม่เป็นระเบียบ หรือสกปรกรกรุงรัง และขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น หรือควรจะมีในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งอาจเป็นปัญหาแก่นักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสาธารณะที่ไม่มีชื่อเสียงมากนัก หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใครรับผิดชอบโดยตรง กำหนดให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1

แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Destination) ตามมาตรฐานสากล (World Class Destination) ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย

1. คงประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของเชื้อชาติเป็นที่รู้จักในโลก
2. สิ่งแวดล้อมปลอดภัย
3. มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
4. มีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสมและบริการมีคุณภาพ
5. มีการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันได้ทุกระบบ
6. มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกันทั่วโลกได้ในทุกเมืองท่องเที่ยวหลัก

(<http://elearning.spu.ac.th>, กรกฎาคม : 2551)



ภาพประกอบ 5 กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

นโยบายแห่งรัฐกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)

ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบททั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมของคนและระบบให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกภาคส่วนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 นี้ มุ่งเน้นพัฒนาการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานมั่นคงของประเทศโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและนวัตกรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการและร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้พัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาดและทักษะในการประกอบอาชีพ โดยมียุทธศาสตร์หลักดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ
3. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศมุ่งเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมอย่างยั่งยืน (<http://www.idd.go.th/Thai>, กรกฎาคม : 2552).

จากข้อความเบื้องต้นสามารถสรุปได้ว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (ในส่วนของ การพัฒนาคน พัฒนาอาชีพ ชุมชนเข้มแข็ง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การใช้ภูมิปัญญาในการมาจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว) ดังนี้

หลักการดำเนินงาน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ “เศรษฐกิจพอเพียง”

ประการแรก การพัฒนาประเทศต้องมีการเตรียมความพร้อมของคน คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาให้ปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ สร้างภูมิคุ้มกันให้กับตนเองตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา คุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

ประการที่สอง ยึดหลัก “ภูมิสังคม” ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคและท้องถิ่น โดยการพัฒนาตามแนวพระราชดำริจะต้องมีกระบวนการศึกษาและวางแผนที่สอดคล้องกับ ภูมิ หรือ ลักษณะภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ คือสภาพธรรมชาติแวดล้อมรอบๆ ตัวคน และต้องอยู่บนพื้นฐานเดิมของสังคม หรือภูมิประเทศทางสังคมวิทยา ที่คำนึงถึงการดำเนินวิถีชีวิตของ “คน” ในสังคมหนึ่งๆ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อและศาสนา ประเพณี เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ ทรงให้ความสำคัญต่อการใช้หลักวิชาในการ “ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ” และ “พัฒนาคน” โดยสร้างความรู้ความเข้าใจของคนในพื้นที่ต่อหลักการและประโยชน์ของการพัฒนา รวมทั้งข้าราชการที่ยึดหลัก “เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา” คือ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของคนในพื้นที่นั้นๆ ว่ามีปัญหาเช่นไรและมีความต้องการอะไร ทั้งนี้ ก็เพื่อให้การวางแผนและการดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริสามารถแก้ปัญหาและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่มากที่สุด จากหลัก “ภูมิสังคม” ดังกล่าวพื้นที่เมืองพญาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ หากมีการวางแผนพัฒนาเป็นระบบใช้หลักภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดก็จะสามารถสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและนำเงินทำรายได้เข้าประเทศได้อย่างมหาศาล

2. นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- 1) นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล
 - พัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
 - มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการระดับสากล
 - เน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
 - ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2547-2551

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียในปี 2551

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์

เป้าหมาย

ยุทธศาสตร์

กลยุทธ์

 - การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
 - การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการการท่องเที่ยว
 - การพัฒนาการบริหารจัดการแบบบูรณาการ
 - ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกทั้งภายในและต่างประเทศ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ของเอเชีย
 - สร้าง พัฒนาฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการ
 - ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการแบบบูรณาการ
- 3) องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
 - ภาครัฐราชการ กระทรวง กรม สำนักงานต่าง ๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
 - รัฐวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - องค์กรมหาชน องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
 - เอกชน ผู้ประกอบการต่าง ๆ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - ภาคประชาชน สหกรณ์ ชุมชนและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ
- 4) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
 - กฎหมายทรัพย์สิน พรบ. ที่ราชพัสดุ พรบ. อุทยานแห่งชาติ พรบ. ป่าสงวนแห่งชาติ พรบ. โบราณสถานและโบราณวัตถุฯ และอื่น ๆ
- 5) กฎหมายการพัฒนาและบริหารจัดการ
 - พรบ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
 - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สภาตำบลฯ เทศบาล กำหนดแผนฯ

- พวก. อ.พ.ท. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมฯ
- กฎกระทรวง อำนาจหน้าที่ของหน่วยราชการ
- ระเบียบ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
- กฎหมายอื่น ๆ พรบ. โรงแรม พรบ. สถานบริการ

<http://www.tourism.go.th/2009/th/articles/view.php?ItemID=1557>, กรกฎาคม : 2551)

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรพิจารณาคุณภาพโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นด้านนโยบาย ยุทธศาสตร์ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือเห็นตัวขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยวแต่ละแห่ง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กฎหมายการพัฒนาและบริหารจัดการ เป็นตัวหลักค้ำและสามารถก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญได้ หากมีการดำเนินการหรือปฏิบัติอย่างจริงจัง

3. ยุทธศาสตร์ / แนวทางการพัฒนาสามปี อำเภอหาดใหญ่

ตาราง 3 บัญชีสรุป โครงการพัฒนาแผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2549-2551) อำเภอหาดใหญ่

(<http://www.hatyaicity.go.th>, สิงหาคม : 2551)

ยุทธศาสตร์/แนวทางการพัฒนา	รวม 3 ปี	
	จำนวนโครงการ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการวางแผน การพัฒนาเทคโนโลยี การส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ (PR)	122	208,600,000
1. งานด้านการวางแผนพัฒนาท้องถิ่น	9	6,900,000
2. งานด้านการพัฒนาเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย “หาดใหญ่เมือง ไอที (IT)	63	150,950,000
3. งานด้านการส่งเสริมการลงทุน	-	-
4. งานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว	15	7,680,000
5. งานด้านการประชาสัมพันธ์ (PR)	35	43,070,000
รวม	1,062	3,743,138,195

จากตารางสามารถสรุปได้ว่ากิจกรรมโครงการการดำเนินงานของอำเภอหาดใหญ่นั้นได้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่แล้วเพียงแต่ไม่สามารถเห็นผลได้เต็มร้อยเนื่องจากมีเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ส่งผลกระทบต่อมาถึงอำเภอหาดใหญ่โดยตรงจึงทำให้ต้องเร่งส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปพร้อมกับการรักษาความปลอดภัยด้วย เพื่อให้ผลของโครงการสำเร็จผลและสร้างประโยชน์ต่อประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริบทพื้นที่วิจัย

1. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา

1.1 จังหวัดสงขลา

สงขลาเป็นจังหวัดชายแดนของประเทศไทยจรดกับรัฐเคดาห์ของประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมือง ชายทะเลที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ เป็นเมืองเก่าแก่ มีศิลปะ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษาและการละเล่นพื้นเมือง ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของ บรรพบุรุษตกทอด ให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษามากมาย สงขลามีหาดทรายที่สวยงาม มีน้ำตก ทะเลสาบ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมี ชื่อเสียงในด้านการประมงและ เมือง หาดใหญ่ ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม ทั้งยังตั้งอยู่ใกล้เคียงเมืองชายแดน ติดต่อกับประเทศไทย กับประเทศมาเลเซียด้วย ทำให้หาดใหญ่มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในด้านธุรกิจ การค้า สำหรับตัว เมืองสงขลายังคงรักษาความเก่าแก่ของ โบราณสถานอันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองให้ชนรุ่นหลังได้ ศึกษา

จังหวัดสงขลามีพื้นที่ประมาณ 7,393.9 ตร.กม. แบ่งการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ คือ อำเภอเมือง หาดใหญ่ จะนะ ระโนด สทิงพระ นาทวี บางกล่ำ นาหม่อม คลองหอยโข่ง เทพา สะบ้าย้อย สะเดา รัตภูมิ สิงหนคร ควนเนียงและกระแสสินธุ์

ความเป็นมา

เมืองสงขลาเป็นเมืองท่าสำคัญของภาคใต้ฝั่งตะวันออกมาตั้งแต่สมัยโบราณ ดำเนินเมืองนครศรีธรรมราช บันทึกว่าเป็นเมือง 1 ใน 12 นครชัยศรี ของอาณาจักรตามพรลิงค์ มีรูปไก่อ เป็นตราประจำเมืองขณะนั้นมีชื่อว่าเมืองตะลุเตา แสดงว่าเมืองสงขลามีสภาพเป็นบ้านเมืองมาแล้วกว่า 1000 ปี ในยุคต่อมามีชาวต่างชาติมาติดต่อค้าขายมากขึ้นและได้มีการเรียกชื่อเมืองสงขลาหลายชื่อ หลวง จินอิจจึงเรียกว่า เซโลติง พ่อค้าชาวฮอลันดาเรียกว่า แซงกอร่า หรือสิงขรและปรากฏชื่อเมืองสงขลา เป็นครั้งแรกในพระราชพงศาวดารสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (อู่ทอง) แห่งกรุงศรีอยุธยา ระบุว่า เมืองสงขลาเป็นเมืองประเทศราชของกรุงศรีอยุธยา มีสุลต่านเป็นผู้ปกครองและตั้งเมืองอยู่ที่บริเวณ เขาแดงต่อมาในสมัยกรุง ธนบุรี ได้ย้ายไปตั้งที่บริเวณแหลมสนทางใต้ของเขาแดงซึ่งอยู่ตรงข้ามกับตัว เมืองสงขลาในปัจจุบัน ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ เมืองสงขลาได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นหัวเมือง เอกชั้นตรงต่อกรุงเทพฯ โดยมีเมือง ปัตตานี กลันตัน และศรีลังกาอยู่ในความปกครอง ครั้นถึงสมัย รัชกาลที่ 3 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ก่อสร้างป้อมกำแพงเมืองและหลักเมืองขึ้นใหม่ที่ตำบลบ่อยางริมทะเล ตานสงขลา ในปี พ.ศ. 2385 ตัวเมืองสงขลาจึงย้ายมาอยู่ที่ตำบลบ่อยางมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อมีการ ปฏิรูปการปกครองในสมัยรัชกาลที่ 5 เมืองสงขลาขึ้นอยู่ในเขตปกครองของมณฑลนครศรีธรรมราช จนกระทั่งปี พ.ศ. 2476 ได้ยุบเลิกระบบเทศาภิบาลเมืองสงขลาจึงเป็นจังหวัดสงขลาจนถึงปัจจุบัน



อาณาเขต

- ทิศเหนือ จดจังหวัดนครศรีธรรมราช
 ทิศใต้ จดรัฐเคดาห์ประเทศมาเลเซีย
 ทิศตะวันออก จดจังหวัดพัทลุงและสตูล
 ทิศตะวันตก จดจังหวัดปัตตานี และยะลา

ภาพประกอบ 6 แผนที่ภาคใต้แบ่งตามอำเภอ (<http://th.wikipedia.org>, สิงหาคม : 2551)

ภูมิอากาศ อากาศค่อนข้างร้อนชื้น ฝนตกชุกตลอดทั้งปี มีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูฝนอยู่ในช่วงเดือนมิถุนายน-มกราคม และฤดูร้อน อยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม

หน่วยการปกครอง

การปกครองแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ 127 ตำบล 987 หมู่บ้าน

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1. อำเภอเมืองสงขลา | 2. อำเภอสะทิงพระ |
| 3. อำเภอจะนะ | 4. อำเภอนาทวี |
| 5. อำเภอเทพา | 6. อำเภอสะบ้าย้อย |
| 7. อำเภอระโนด | 8. อำเภอกระแสสินธุ์ |
| 9. อำเภอรัตนภูมิ | 10. อำเภอสะเตา |
| 11. อำเภอหาดใหญ่ | 12. อำเภอนาหม่อม |
| 13. อำเภอกวนเนียง | 14. อำเภอบางกล่ำ |
| 15. อำเภอสิงหนคร | 16. อำเภอคลองหอยโข่ง |

2. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอำเภอหาดใหญ่

2.1 ข้อมูลพื้นฐาน

หาดใหญ่เมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองหลวงของภาคใต้ ดินแดนแห่งเมืองใหญ่สองทะเล ศูนย์กลางธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การศึกษา คมนาคม ตัวเมืองหาดใหญ่เป็นเพียงแค่ตำบลหนึ่งของอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตัวเมืองหาดใหญ่นั้นจะมีตำบลหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลาง และมีปริมณฑลอีก 3 ตำบล คือ ตำบลคอหงส์ ตำบลคลองแห และตำบลควนลัง เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคใต้ตอนล่าง สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ ได้ทั้งภายในภูมิภาค และนานาชาติ โดยมีการคมนาคมได้แก่ ทางรถยนต์ ทางรถโดยสารประจำทาง ทางรถไฟ ทางเครื่องบิน

2.2 อำเภอหาดใหญ่

1) ความเป็นมา

หาดใหญ่เป็นชื่อรวมของหมู่บ้านโลกเสม็ดชุม และบ้านหาดใหญ่ เดิมดินแดนหาดใหญ่เป็นเนินสูงมีผู้คนอาศัยอยู่ไม่มากนัก การคมนาคมไม่สะดวก เป็นป่าดงเสม็ดชุมโดยทั่วไปชาวบ้านจึงเรียกว่า “บ้านโลกเสม็ดชุม” เมื่อทางการได้ตัดทางรถไฟมาถึงท้องถิ่นนี้ จึงได้มีประชาชนอพยพมาตั้งหลักแหล่งทำมาหากิน และทวีจำนวนมากขึ้นตามลำดับ สมัยนั้น สถานีชุมทางรถไฟตั้งอยู่ที่สถานีอู่ตะเภา (ด้านเหนือทางสถานีชุมทางหาดใหญ่ ปัจจุบันเป็นเพียงที่หยุดรถไฟ) เนื่องจากสถานีอู่ตะเภาเป็นที่ลุ่ม มีน้ำท่วมเป็นประจำ ทางการรถไฟจึงย้ายสถานีมาอยู่สถานีชุมทางหาดใหญ่ในปัจจุบัน ประชาชนได้ทยอยคิดตามมาสร้างบ้านเรือนตามบริเวณสถานีนั้นเอง ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่า สถานีรถไฟมีบทบาทต่อการ ขยับขยายและความเจริญก้าวหน้าของเมืองหาดใหญ่ตลอดมา ต่อมาได้มีผู้เห็นการณ์ไกลว่า บริเวณสถานีรถไฟแห่งนี้ต่อไปภายหน้าจะเจริญก้าวหน้า จึงมีการจับจองและซื้อที่ดินจากรัฐที่นบ้าน อาทิ นายเจือ กิซี (ขุนพิพัทธ์จันทคร) คุณพระเสน่หามนตรี นายชีกิมหยง และพระยารัตนกระวีสุนทร ทั้งสี่ท่านนับว่ามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าในเมืองหาดใหญ่อย่างแท้จริง ได้ตัดถนนสร้างอาคารบ้านเรือนให้ราษฎรเช่า ตัดที่แบ่งขาย เงินที่ได้รับนำไปตัดถนนสายใหม่ต่อไป ทำให้ท้องถิ่นรุดหน้าอย่างอัศจรรย์ ชุมชนหาดใหญ่เติบโตอย่างรวดเร็ว จนทางราชการต้องยกฐานะบ้านหาดใหญ่ เป็น อำเภอหาดใหญ่ และ ในปี พ.ศ. 2490 อำเภอหาดใหญ่ ได้ยกฐานะเป็นอำเภอชั้นเอก ส่วนชุมชนก็ได้รับการจัดตั้งเป็นเทศบาลเมื่อ พ.ศ. 2470 อำเภอหาดใหญ่ได้รับการก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2447 โดยมีหลวงภูวนารถนุรักษ์ (อ่วม เสวคนันท์) เป็นนายอำเภอคนแรก

2) ที่ตั้งและอาณาเขต

ที่ตั้งอำเภอ อำเภอหาดใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของตัวเมืองจังหวัดสงขลา ระยะทางห่างจากตัวจังหวัด 30 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 764 ตารางกิโลเมตร หรือ 478,093.92 ไร่ ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางรถไฟประมาณ 974 กิโลเมตร และทางรถยนต์ (ทางหลวงแผ่นดินสายเพชรเกษม) ประมาณ 993 กิโลเมตร

- ทิศเหนือ ติดต่อกับทะเลสาบสงขลา อำเภอเมืองสงขลา
- ทิศตะวันออกเฉียงใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองสงขลา และอำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา อำเภอเมือง

สตูลจังหวัดสตูล และ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา

- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสะเดา และอำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

3) ลักษณะทางภูมิศาสตร์และลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะทางภูมิศาสตร์

สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มกว้างใหญ่ มีแนวภูเขาทางทิศตะวันตก ทิศใต้ และทิศตะวันออกเฉียงน้อย พื้นที่ลาดจากทิศใต้ และทิศตะวันตก ลงไปสู่ทะเลสาบสงขลาทาง ทิศเหนือ พื้นที่ติดเทือกเขาบรรทัด และเทือกเขาสันกาลาศีรีทางทิศตะวันตกและทิศใต้

ลักษณะภูมิอากาศ

มีสภาพคล้ายคลึงกับอากาศของภาคใต้ทั่วไปที่อยู่ในเขตอากาศแบบมรสุมใน เขตร้อน แบ่งฤดูกาลออกเป็น 2 ฤดู คือ ฤดูฝน และ ฤดูแล้ง ฤดูฝนมี 2 ระยะ เริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน และ เดือนกันยายน ถึง เดือนธันวาคม และช่วงฝนตกหนัก จะอยู่ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม มีปริมาณฝนตกในพื้นที่เฉลี่ย 2,093.8 มม.ต่อปี อุณหภูมิ เฉลี่ยสูงสุด 31.4 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 23.9 องศาเซลเซียส โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 27.6 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปีร้อยละ 79.0

4) การคมนาคม

อำเภอหาดใหญ่เป็นอำเภอที่มีโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างสมบูรณ์สามารถ เชื่อมโยง กับจังหวัดต่าง ๆ ได้ทั้งภายในภูมิภาค และนานาชาติ คือ

ทางบก

ทางรถยนต์มีการคมนาคมโดยทางหลวงแผ่นดิน คือ

- หมายเลข 4 จากพัทลุง - หาดใหญ่ สะเดา ทางหลวง
- หมายเลข 43 จากรัตภูมิ - หาดใหญ่ นาหม่อม - ฉะนะ (ทางหลวงทั้งสอง สายนี้ได้รับการปรับปรุงเป็น 4 ช่องทางจราจร)

- หมายเลข 406 จากหาดใหญ่ รัตภูมิ - สตูล

- หมายเลข 407 จากหาดใหญ่ สงขลา

ทางรถทัวร์

ตารางการเดินทางโดยรถทัวร์วีไอพี 24 ที่นั่ง ไปหาดใหญ่ทุกวัน ใช้เวลา เดินทางประมาณ 13 ชั่วโมง

- บขส. หาดใหญ่074-429230,074-232789 กรุงเทพฯ 02-4347192

- ไทยเดินรถ หาดใหญ่074- 386548,074-234638 กรุงเทพฯ

- ปิยะทัวร์หาดใหญ่074-246022 กรุงเทพฯ 02-4355100 02-4486946

ทางรถไฟ

เป็นเส้นทางหลักที่ยังคงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างอำเภอ หาดใหญ่กับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงไปถึงประเทศมาเลเซียได้โดย ชุมทางรถไฟ หาดใหญ่เป็นชุมทางรถไฟที่ใหญ่ที่สุดของภาคใต้เส้นทางรถไฟสายใต้เริ่มต้นจาก

กรุงเทพมหานครลงไปถึงชุมทางหาดใหญ่ระยะทางยาวประมาณ 945 กิโลเมตร จากนั้นจะแยกเป็น 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายหาดใหญ่ ปาดังเบซาร์ยาว 45 กิโลเมตร เชื่อมต่อกับเส้นทางรถไฟของมาเลเซียจนถึงสถานีบันดอร์เวอร์ธ ส่วนอีกเส้นทางหนึ่งคือ ทางสาย หาดใหญ่นราธิวาส สิ้นสุดที่อำเภอสุไหงโก - ลก ความยาว 110 กิโลเมตร

ทางอากาศ

ท่าอากาศยานหาดใหญ่ตั้งอยู่ห่างจากเขตเทศบาลประมาณ 12 กิโลเมตร ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ได้รับการยกฐานะเป็นท่าอากาศยานนานาชาติ เมื่อธันวาคม 2515 มีพื้นที่ประมาณ 4.80 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,000 ไร่ โดยให้บริการตั้งแต่เวลา 06:00 -24:00 นาฬิกา

- สาย การบินไทย (thaiair) เว็บไซต์ <http://www.thaiair.com/>
- สายการบิน แอร์เอเชีย (airasia) เว็บไซต์ <http://www.airasia.com>
- สายการบิน นกแอร์ (nokair) เว็บไซต์ <https://www.nokair.co.th/>

5) ด้านการปกครอง

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองตามพระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ. 2457 เป็น 12 ตำบล 93 หมู่บ้าน ดังนี้

1. ตำบลบ้านพรุ ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน
2. ตำบลพะตง ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน
3. ตำบลฉลุง ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน
4. ตำบลทุ่งคำเสา ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน
5. ตำบลคลองอู่ตะเภา ประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน
6. ตำบลคลองแห ประกอบด้วย 11 หมู่บ้าน
7. ตำบลควนลัง ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน
8. ตำบลคอหงส์ ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน
9. ตำบลคูเต่า ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน
10. ตำบลทุ่งใหญ่ ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน
11. ตำบลน้ำน้อย ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน
12. ตำบลท่าข้าม ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีดังนี้

จำนวนเทศบาลนคร 1 แห่ง ได้แก่เทศบาลนครหาดใหญ่

จำนวนเทศบาลเมือง 4 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองบ้านพรุ
2. เทศบาลเมืองควนลัง
3. เทศบาลเมืองคลองแห

4. เทศบาลเมืองคองหงส์

จำนวนเทศบาลตำบล 2 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลพะตง
2. เทศบาลตำบลน่าน้อย

จำนวนองค์การบริหารส่วนตำบล 8 แห่ง ได้แก่

1. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านพรุ
2. องค์การบริหารส่วนตำบลพะตง
3. องค์การบริหารส่วนตำบลคูเต่า
4. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองอู่ตะเภา
5. องค์การบริหารส่วนตำบลฉลุง
6. องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งตำเสา
7. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าข้าม
8. องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งใหญ่สหภาพเศรษฐกิจ

6) ด้านเศรษฐกิจ

อาชีพ คั้งนี้
การประกอบอาชีพราษฎร ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ มีลักษณะการประกอบ

- ในเขตเมือง ประกอบอาชีพ ค้าขาย ธุรกิจบริการ และการจ้างแรงงาน
- นอกเขตเมือง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพใน 2 ลักษณะ คือ

1. อาชีพด้านการเกษตร เช่น ทำสวนยางพารา ทำสวนผลไม้ ทำนา ทำไร่ การเลี้ยงสัตว์ และการประมง
2. อาชีพด้านการจ้างแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ โดยการจ้างแรงงานมีการเคลื่อนย้ายแรงงาน ทั้งจากพื้นที่ใกล้เคียงและแรงงานภายในพื้นที่ที่มีการเคลื่อน ไหวสูงมาก เนื่องจากเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจและการคมนาคมตลอดทั้งการท่องเที่ยวอีกด้วย

7) สภาพสังคม

1. การศาสนา

การนับถือศาสนา ส่วนใหญ่ประชาชนนับถือศาสนาพุทธ รองลงมาคือ ศาสนาอิสลาม คริสต์ และอื่น ๆ โดยคิดเป็นร้อยละ ดังนี้

- ศาสนาพุทธร้อยละ 72 มีวัด 47 แห่ง สำนักสงฆ์ 8 แห่ง
- ศาสนาอิสลามร้อยละ 20 มีมัสยิด 34 แห่ง
- ศาสนาคริสต์ร้อยละ 5 มีโบสถ์คริสต์ 4 แห่ง
- อื่น ๆ ร้อยละ 3

2. การศึกษาการจัดการศึกษาอำเภอหาดใหญ่ มีตั้งแต่ก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึงชั้นวิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ดังนี้

- โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) ประเภทสามัญศึกษาจำนวน 37 แห่ง

- โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน(สช.)ประเภทอาชีวศึกษา จำนวน 11 แห่ง

- โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) ประเภทสอนศาสนาอิสลาม จำนวน 7 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดสำนักบริหารการศึกษาท้องถิ่น (เทศบาล) จำนวน 5 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา (สศ.) จำนวน 9 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (สพช.) จำนวน 51 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมอาชีวศึกษา (อศ.) จำนวน 2 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมศาสนา (ศน.) ประเภทศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ จำนวน 10 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมการศาสนา (ศน.) ประเภทปริยัติธรรมแผนกสามัญ จำนวน 1 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมการศาสนา (ศน.) ประเภทศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำนวน 2 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมการศึกษา (ศน.) ประเภทศูนย์อบรมศาสนาอิสลาม และจริยธรรมประจำมัสยิด จำนวน 12 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) จำนวน 1 แห่ง

- โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.) ประเภทอาชีวศึกษา หลักสูตร โรงเรียน โดยอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการ 15(2) จำนวน 79 แห่ง

- มหาวิทยาลัย จำนวน 3 แห่ง คือมหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ และ มหาวิทยาลัยเมืองหาดใหญ่

8) ข้อมูลสถิติประชากรสำรวจล่าสุดเมื่อ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2550

จำนวนประชากรชาย 171,745 คน

จำนวนประชากรหญิง 189,935 คน

รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 361,680 คน

จำนวนครัวเรือน 127,990 ครัวเรือน (<http://www.hatyai-sk.go.th>, สิงหาคม : 2551)

9) สถานที่หน่วยงานราชการภายในเขตอำเภอ มีดังนี้

- สำนักงานพัฒนาชุมชน
- สำนักงานสรรพากรเขตพื้นที่อำเภอ
- สำนักงานสถิติอำเภอ
- สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ
- สำนักงานประมงอำเภอ
- สำนักงานที่ดินสาขาควนลัง
- สำนักงานป่าไม้อำเภอ
- สำนักงานสรรพสามิตอำเภอ
- สำนักงานเกษตรอำเภอ
- สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ
- ท้องถิ่นอำเภอ

10) นโยบายการบริหาร

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายการพัฒนาของอำเภอ

"เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า การบริการ การท่องเที่ยว และการศึกษา ของจังหวัด เพื่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชน"

นโยบายของอำเภอ

1. บำบัดทุกข์ บำรุงสุข แก่ประชาชน มุ่งเน้นการบริการ ให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด
 2. ส่งเสริม สนับสนุนการค้า การบริการ การท่องเที่ยว และการกีฬา
 3. ส่งเสริม และพัฒนาการจัดการศึกษาทุกระดับ
 4. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชน ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 5. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และให้การสนับสนุนการเลือกตั้งทุกระดับ
 6. สนับสนุนโครงการตามนโยบายของรัฐบาล
- ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาอำเภอ ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้
1. พัฒนาด้านการบริหารจัดการ การบริการ แก่ประชาชน
 2. เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า การบริการ การท่องเที่ยวและกีฬา
 3. พัฒนาการศึกษาย่างต่อเนื่อง
 4. การแก้ไขปัญหาความยากจนและความเดือนร้อนของประชาชน
 5. การบริหารราชการให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
 6. เป็นศูนย์กลางเน้นการพัฒนาการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

แผนงานและโครงการ ในปีงบประมาณ 2550-2551 ของอำเภอหาดใหญ่มีดังนี้

1. โครงการอยู่ดีมีสุข
2. โครงการเศรษฐกิจพอเพียง (ทพพ.)
3. แผนป้องกันอุบัติเหตุ
4. แผนปฏิบัติการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด
5. แผนรักษาความสงบและความปลอดภัยสถานที่ราชการและที่สำคัญ
6. แผนปฏิบัติการป้องกันและแก้ไขปัญหาค้าการร้ายและก่อวินาศกรรม
7. แผนอุทกภัย วาตภัย โคลนถล่มปี 2550
8. แผนการแจกจ่ายเครื่องอุปโภคบริโภคแก่ผู้ประสบภัยแล้งปี 2550

บทบาทหน้าที่ของที่ทำการปกครองอำเภอ

1. กลุ่มงานบริหารงานปกครอง

1.1 งานปกครอง

1.2 งานสำนักงานอำเภอ

- ปฏิบัติงานบริหารทั่วไป งานธุรการ และงานสารบรรณ
- ดำเนินงานของกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้อำเภอ

ดำเนินการแทน

- ดำเนินงานอื่นที่กำหนดให้เป็นหน้าที่ของนายอำเภอ เช่น การดำเนินการตาม อำนาจหน้าที่ของนายอำเภอตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหาร ราชการแผ่นดิน กฎหมายลักษณะปกครองท้องที่ กฎหมายว่าด้วยการรักษา สิ่งแวดล้อม กฎหมายว่าด้วย โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

- ดำเนินการอื่นตามนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย เช่น โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โครงการปรับขยายการให้บริการประชาชนของ กระทรวงมหาดไทย โครงการประเทศไทยใสสะอาด การสนับสนุนส่งเสริมการ กีฬาและนันทนาการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- งานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

1.3 งานด้านการเงินและบัญชี

1.4 งานอำนวยความสะดวก

2. ฝ่ายทะเบียนและบัตร

2.1 งานทะเบียนทั่วไป งานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

2.2 งานทะเบียนราษฎร งานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

2.3 งานบัตรประจำตัวประชาชน

3. ฝ่ายความมั่นคง

11) สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

หาดใหญ่

เมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เนื่องจากอยู่ห่างจากด่านสะเตาะเพียง 60 กิโลเมตร ปัจจัยที่ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากก็คือ การเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษาและการท่องเที่ยวตัวเมืองหาดใหญ่ ตัวเมืองหาดใหญ่เป็นเมืองที่ค่อนข้างจะทันสมัย ประกอบด้วยอาคารบ้านเรือน ร้านค้าพาณิชย์ต่างๆ มากมาย ท่านอาจจะเดินชมสินค้าต่างๆ อย่างเพลิดเพลิน โดยตั้งต้นจากจุดหนึ่งในย่านกลางใจเมือง เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1 2 หรือ 3 จะพบสินค้าแปลกๆ ใหม่ที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ศูนย์การค้ามีหลายแห่งคือ ศูนย์การค้าลิโด้ ศูนย์การค้าไอเดียน ถนนเสนาหานุสรณ์ ศูนย์การค้าหาดใหญ่พลาซ่า และตลาดซีกิมหยง ถนนเพชรเกษม ซึ่งย่านการค้าเหล่านี้อยู่ในบริเวณกลางใจเมืองที่ท่านสามารถเดินไปถึงได้

วัดหาดใหญ่ใน

วัดหาดใหญ่ใน ถนนเพชรเกษมใกล้สะพานคลองอู่ตะเภา มีพระนอนขนาดใหญ่ประดิษฐานขนาดยาว 35 เมตร สูง 15 เมตร กว้าง 10 เมตร ชื่อพระพุทธรู้หัตถมงคล

สวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่

สวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่ ริมถนนกาญจนวนิช เส้นทางหาดใหญ่-สงขลา ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ 6 กิโลเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวหาดใหญ่และบริเวณใกล้เคียง ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริเวณสวนตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับอย่างงดงาม มีศาลากลางน้ำ และสวนสัตว์ มีร้านอาหาร ที่จอดรถกว้างขวางไว้คอยบริการ ประชาชนนิยมไปพักผ่อนในยามว่าง และวันสุดสัปดาห์เป็นจำนวนมาก

พระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 5 ตั้งอยู่ในบริเวณสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นสถานที่จัดงานรัฐพิธีเนื่องในวันปิยมหาราช ซึ่งประกอบด้วยพิธีวางพวงมาลาถวายราชสักการะ และถวายราชสดุดีพระเกียรติคุณ เป็นประจำทุกปี

แหลมโพธิ์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลคูเต่า เป็นที่พักริมหาด มีร้านค้าขายอาหารทะเลมากมาย บรรยากาศเป็นธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถไปนั่งพักผ่อนทานอาหาร ในยามว่างได้

น้ำตกโตนงาช้าง ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งเสาห่างจากตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่ประมาณ 26 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในภาคใต้ อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า โตนงาช้างเป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในภาคใต้ อยู่ห่างจากอำเภอ หาดใหญ่ประมาณ 26 กม. ไปตามเส้นทางหาดใหญ่-รัตภูมิ ประมาณ 13 กม. น้ำตกโตนงาช้างมีด้วยกันทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นที่สวยงามและเป็นชื่อของน้ำตกคือ ชั้นที่ 3 ซึ่งมีสายน้ำตกแยกออกมา ลักษณะคล้ายงาช้าง อันเป็นที่มาของคำว่า "โตน" ภาษา

พื้นเมืองแปลว่า น้ำตกโดนงาช้าง หมายถึง น้ำตกรูปงาช้างภายในบริเวณน้ำตกโดนงาช้างยังมีเส้นทางเดินป่าไว้ให้นักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัย เข้าถึงธรรมชาติ

สินค้าพื้นเมือง

ส้มโอควนดั่ง เป็นส้มโอที่มีกลิ่นหอม รสชาติดี เคยนำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายพระบรมโอรสาธิราช

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราที่ผลิตออกจำหน่ายและได้รับความนิยมนมาก

ปลาตุ๊กตุ๋น เป็นปลาน้ำจืดที่นิยมเลี้ยงกันมาก เนื่องจากเลี้ยงง่าย โตเร็ว ผลิตภัณฑ์เชือกกล้วย เป็นผลิตภัณฑ์จากเส้นใยเชือกกล้วย ที่มีคุณสมบัติเหนียว ทนทานนำมาประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ

สถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง

- ปาดังเบซาร์ อำเภอสะเตาะ อยู่ห่างจากหาดใหญ่ 30 กม. การเดินทาง มีรถเมล์ที่หน้าหอนาฬิกาหาดใหญ่ หรือรถตู้ที่หน้าร้านตะวันคัลเลอร์แล็บ ค่ารถไม่เกิน 20 บาท จากอำเภอสะเตาะ เลี้ยวขวาจะไปด่านปาดังฯ ถ้าตรงไปจะเป็นด่านจิงโหลน (ด่านสะเตาะ) ปาดังเบซาร์อยู่ไม่ไกลจากด่านปาดังมีร้านปลอดภาษีและตลาดให้เลือกซื้อสินค้าจำพวกเครื่องสำอาง เครื่องใช้ ไฟฟ้า ขนมห ซึ่งจะคล้ายกับตลาดสันติสุขและตลาดกิมหยงแต่จะมีถูกกว่าบ้างแพงกว่าบ้าง ทางที่ดีควรสำรวจราคาจากหาดใหญ่ไปก่อน และควรต่อรองราคาประมาณร้อยละ 40 ส่วนร้านค้าที่ด่านจิงโหลนนั้นก็คล้ายกัน

- ตลาดคลองแวง อยู่ถนนปาดังเบซาร์ อำเภอสะเตาะ เป็นตลาดนัดวันเสาร์ มีสินค้าพวกเสื้อผ้ามือสองโดยเฉพาะกางเกงยีนส์ แจ็กเก็ตเป็นของดี ราคาถูก แต่ต้องใช้ความสามารถในการเลือก

- ตลาดกิมหยง ถนนศุภสารรังสรรค์ เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียงของเมืองหาดใหญ่ มีสินค้าประเภทเครื่องไฟฟ้า ขนมห ซ็อก โกลแลต เครื่องสำอาง แวนดา นาฬิกา แผ่นเกมส์ และอีกอีกิปละ โดยเฉพาะกับข้าว ผลไม้ และอาหารแห้ง จะมีมาก

- ตลาดสันติสุข ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2, และ 3 อีกแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียงของหาดใหญ่ขายสินค้าอุปโภคคล้ายกันกับตลาดกิมหยง ทั้งสองตลาดควรต่อรองรคาร้อยละ 40 ของสินค้า

- ร้านสินอคุลย์พันธ์ ถนนนครในร้านเก่าแก่ของเมืองสงขลา ขายของพื้นเมืองประเภทข้าวเกรียบกุ้ง น้ำนูด ลูกหยีกวน มังคุดกวน กุ้งแก้ว กุ้งไม้ น้ำพริกเผา น้ำจิ้มซุรส

- ร้านอินดีสงขลา ถนนนครใน ขายสินค้าพื้นเมืองประเภทของกิน

- เกาะยอ อยู่ระหว่างอำเภอเมืองฯ กับ อำเภอสิงหนคร กลางทะเลสาบสงขลา ไปถึงได้โดยข้ามสะพานติณสูลานนท์ เป็นแหล่งซื้อผ้าทอเกาะยอและอาหารทะเลแห้ง มะม่วงหิมพานต์ สาหร่ายอบแห้ง กะปิ

12) ประเพณี

งานประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นในวันที่ 13 เมษายน ของทุกปี ทางอำเภอหาดใหญ่ มีการจัดงาน ขึ้นที่บริเวณถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2, 3 ตั้งแต่เช้าถึงเย็น ชาวมาเลเซียและสิงคโปร์นิยมเดินทางมาร่วมสนุกกับชาวไทยในเทศกาลนี้เป็นที่สนุกสนาน

งานเทศกาลส่งเสริมสินค้าและผลไม้ไทย จัดขึ้นประมาณกลางเดือนกรกฎาคม ของทุกปีเพื่อส่งเสริมการเกษตรภายในงานมีสินค้าเกษตรจากหลายจังหวัดในภาคใต้มาแสดงและจัดจำหน่าย

งานเทศกาลโคมไฟไหว้พระจันทร์ จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือนสิบ บริเวณศาลเจ้าชาเจียงกุด วัดหงษ์ประดิษฐ์ อำเภอหาดใหญ่ ภายในงานมีขบวนแห่โคมไฟและมหรสพจีน ขบวนมังกร เชิดสิงโต ชมโคมไฟยักษ์และการประกวดโคมไฟตามบ้านเรือนราษฎร

งานเทศกาลทำบุญเดือนสิบ เป็นงานประเพณีของชาวไทยภาคใต้ ซึ่งเกิดจากความเชื่อที่ว่าช่วงแรม 1-15 ค่ำเดือนสิบ วิญญาณของญาติพี่น้องผู้ล่วงลับไปแล้ว โดยเฉพาะผู้ที่ยังไม่ได้ไปเกิด จะได้รับการปลดปล่อยให้มาพบญาติพี่น้องในเมืองมนุษย์ ผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ก็จะจัดหาอาหารต่างๆ ไปทำบุญตามวัดเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ ญาติที่ล่วงลับไปแล้ว ที่อำเภอสติงพระจะจัดงานเทศกาลนี้แปลกไปจากที่อื่น คือมีการแห่หุ่นทองสูงเพื่อใช้แทนญาติหรือผู้อาวุโสที่เป็นที่นับถือของชาวบ้าน

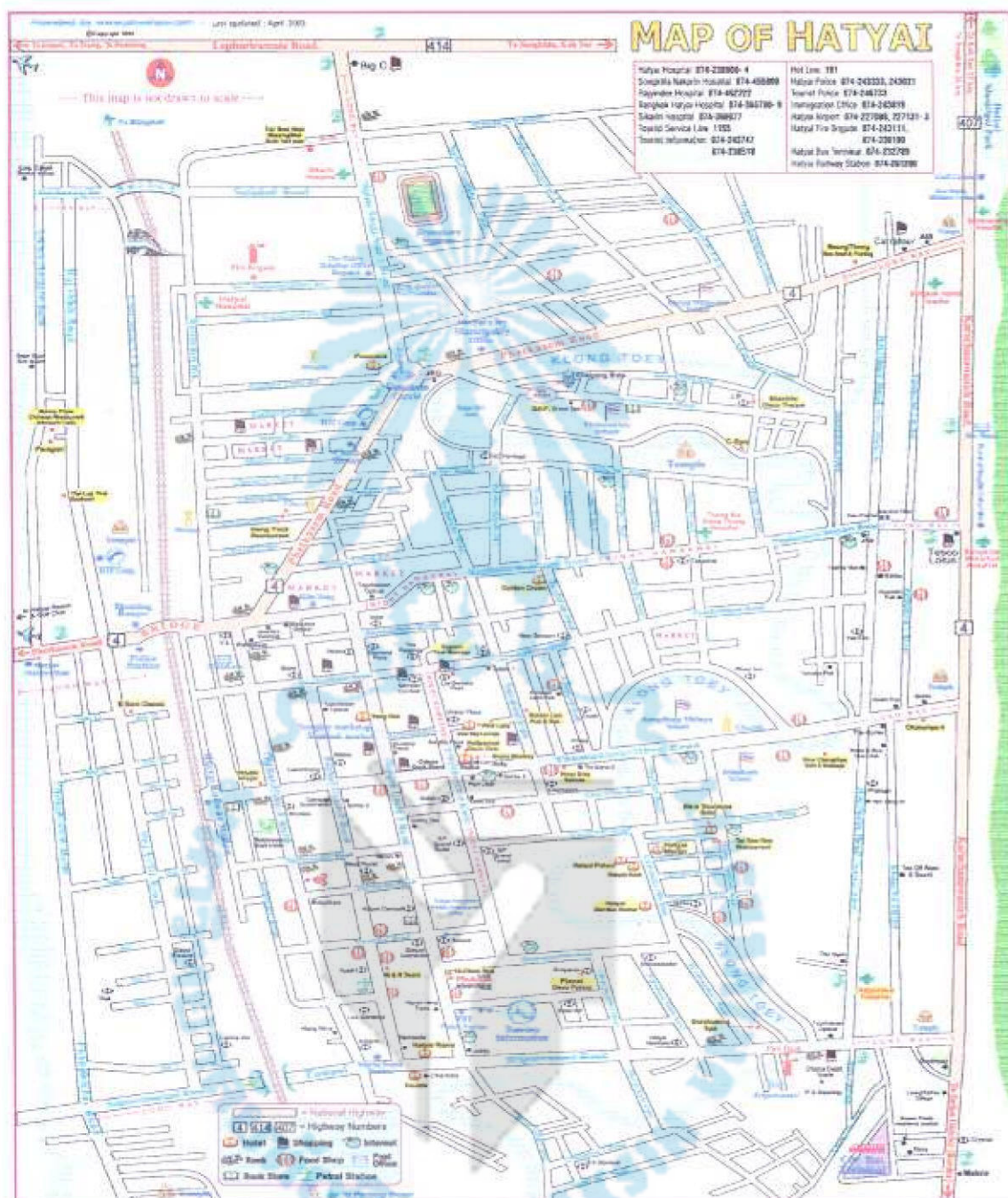
งานประเพณีลากพระและตักบาตรเทโว จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ประมาณเดือนตุลาคม ณ อำเภอเมือง พิธีจะเริ่มก่อนวันงานด้วยการห่มผ้าพระเจดีย์บนยอดเขาดังกวน ในวันงานเวลาเช้าจะเป็นพิธีตักบาตรเทโวบริเวณเชิงเขาดังกวน พระสงฆ์หลายร้อยรูปจะเดินลงมาจากเขาดังกวนเพื่อรับบิณฑบาตจากพุทธศาสนิกชน ตอนสายจะมีเรือพระจากวัดต่างๆ ในเขตจังหวัดสงขลาเคลื่อนผ่านให้พุทธศาสนิกชนได้ร่วมทำบุญและลากพระ ตามความเชื่อที่จะได้บุญกุศลสูง เรือพระจะมารวมกันที่บริเวณสระบัวเพื่อร่วมประกวดการตกแต่งเรือพระนอกจากนี้ภายในงานยังมีการแสดงศิลปวัฒนธรรม

2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบัน

ศูนย์ข่าวหาดใหญ่-สถานการณ์ท่องเที่ยวสงขลาไตรมาสแรกเริ่มสดใส ผู้ประกอบการมีกำลังใจผู้ต่อ ททท.เขต 1 ดันภาคเอกชนเปิดเส้นทาง “อีโก้ทัวร์” สงขลา-สตูล เจาะตลาดใหม่ยุโรป-ออสเตรเลีย ท่องวิถีชีวิต “โหนด-นา-เล” บนคาบสมุทรสงขลาเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จ.สตูล ซึ่งจะมีการเปิดตัวออกบูทครั้งแรกในงาน TTM เมืองทองธานีเร็วๆ นี้ ภายใต้ความร่วมมือของ IMT-GT ที่ผลักดันเป็นปีท่องเที่ยวการท่องเที่ยวโดยร่วมเชื่อมเส้นทางระหว่างไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย ดึงคนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ด้านภาคเอกชนผลักดันรัฐหนุนงบประมาณพัฒนาหาดใหญ่ไชน่าทาวน์ภาคใต้ ดอนล่าง ปรับปรุงเมือง-สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวดึงดูดต่างชาติเชื้อสายจีน

จากไตรมาส 1 ของปี 2551 ซึ่งพบว่ามีย่านท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดสงขลา มากขึ้นเมื่อเทียบกับ 4 ปีที่ผ่านมา โดยทั้งเทศกาลตรุษจีนและสงกรานต์ที่ผ่านมา มีการประเมินเม็ดเงินที่จับจ่ายใช้สอยใน จังหวัดสงขลา รวม ไม่น้อยกว่า 700 ล้านบาทแล้ว ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเชื่อมั่นในความปลอดภัยมากขึ้นแล้ว ยังมีความร่วมมือของ IMT-GT ที่มีการสานความร่วมมือของ 3 ประเทศผลักดันการท่องเที่ยวให้แข็งแกร่ง พร้อมกับกำหนดให้ปี 2008 นี้เป็นปีทองของการท่องเที่ยว และสงขลาตั้งเป้าว่าจะต้องมียอดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 หรือ 1,000,000 คน และเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ในปีถัดไป

สำหรับ สงขลาปี 2550 มีผู้มาเยือน 2,645,770 คน เพิ่มจากปีก่อนร้อยละ 2.57 สร้างรายได้ให้แก่จังหวัด 12,842.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38 แต่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 2,435.99 บาท/วัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 1.67 (ผู้จัดการออนไลน์, พฤษภาคม : 2551)



ภาพประกอบ 7 แผนที่เขตเมืองหาดใหญ่
 (เทศบาลนครหาดใหญ่, <http://www.hatyaicity.go.th>, สิงหาคม : 2551)

3. บริบทด้านพื้นที่วิจัย

พื้นที่ในการวิจัยคือพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การเลือกพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงและเพียงพอแก่การอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการวิจัย ลักษณะพื้นที่จะต้องสอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ปัญหาการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งในการกำหนดกลุ่มพื้นที่วิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบเจาะจง โดยมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนดังนี้

- เป็นเมืองที่มีความเจริญด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และรายได้ท้องถิ่นส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว จึงได้ยกฐานะจาก เทศบาลเมืองหาดใหญ่ เป็นเทศบาลนครหาดใหญ่ตามประกาศราชกิจจานุเบกษาฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 112 ตอนที่ 40 ก ลงวันที่ 24 กันยายน 2538 โดยมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2538 ซึ่งปัจจุบันเทศบาลนครหาดใหญ่มีพื้นที่ทั้งหมด 21 ตารางกิโลเมตร (เทศบาลนครหาดใหญ่, <http://www.batyaicity.go.th>, 16 สิงหาคม 2551)

- เป็นเมืองท่องเที่ยวธรรมชาติมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- เป็นเส้นทาง “อีโก้ทัวร์” สงขลา-สตูล เจาะตลาดใหม่ยุโรป-ออสเตรเลีย ท่องวิถีชีวิต “โหนด-นา-เล” บนคาบสมุทรสงขลาเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จ.สตูล ซึ่งจะมีการเปิดตัวครั้งแรกในงาน TTM เมืองทองธานี ภายใต้ความร่วมมือของ IMT-GT ที่ผลักดันเป็นปีท่องเที่ยวการท่องเที่ยวโดยร่วมเชื่อมเส้นทางระหว่างไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย คึงคุณักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

- เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชย์กรรมระดับภาคใต้

- เป็นศูนย์กลางการบริการ และท่องเที่ยวสำหรับโครงการสาธารณะภาคใต้

- เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคม มีท่าอากาศยานหาดใหญ่ได้รับการยกฐานะเป็นท่าอากาศยานนานาชาติ

- เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบอันเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

- เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน

- เป็นเมืองที่ให้ความร่วมมือกับการวิจัย

สถานประกอบการที่เลือกทำวิจัย

ในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างของสถานประกอบการที่มีการจัดการการบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้กำหนดพื้นที่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

- 1) เป็นสถานประกอบการที่มีการจัดการบริการดนตรี โดยมีนักดนตรีบรรเลงดนตรีภายในวงมากกว่า 2 คนขึ้นไป เพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยว
- 2) สถานประกอบการมีการจัดการหมุนเปลี่ยนวงดนตรีเพื่อให้บริการ นักท่องเที่ยวมากกว่า 2 วง ต่อคืน
- 3) สถานประกอบการสามารถรองรับนักท่องเที่ยว ในที่นี้กำหนดไว้ 3 ขนาด ได้แก่
 1. ขนาดเล็ก จำนวนคนที่รับได้ 1-50
 2. ขนาดกลาง จำนวนคนที่รับได้ 51-99 คน
 3. ขนาดใหญ่ จำนวนคนที่รับได้ 100 กว่าคนขึ้นไป
- 4) สถานประกอบการตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่
- 5) เป็นสถานประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิวัฒนาการ ประเภทของเพลง และการฟังดนตรี

1) ความเป็นมา

โลกได้ผ่านหลายยุคหลายสมัย คนตรีได้วิวัฒนาการไปตามความเจริญและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ เครื่องดนตรีที่เคยใช้ในสมัยเริ่มแรกก็มีการวิวัฒนาการมาเป็นขั้นๆกลายเป็นเครื่องดนตรีที่เราเห็นอยู่ทุกวันนี้ เพลงที่ร้องเพื่ออ้อนวอนพระเจ้า ก็กลายมาเป็นเพลงสวดทางศาสนา และเพลงร้องโดยทั่วไปในระยะแรกคนตรีมีเพียงเสียงเดียวและแนวเดียวเท่านั้นเรียกว่า Melody ไม่มีการประสานเสียง จนถึงศตวรรษที่ 12 มนุษย์เราเริ่มรู้จักการใช้เสียงต่างๆมาประสานกันอย่างง่ายๆ เกิดเป็นคนตรีหลายเสียงขึ้นมาในธรรมชาติ ลม คลื่น เสียงน้ำ เสียงนก แรงกระตุ้นของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะของการสร้างทำนองที่อยู่ใน (Form) การแต่งเพลง (Composition) เสียงที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยอาศัยเครื่องดนตรี เครื่องให้จังหวะ (Percussion) เครื่องเป่า (Wind) เครื่องสาย (String) คีย์บอร์ด (Keyboard) คุณภาพเสียง หรือน้ำเสียง (Tone Colour) คนตรีทุกประเภทต้องมีระดับเสียง (Pitch) เสียงของเครื่องดนตรีให้อารมณ์ เสียงของเครื่องดนตรีให้เสียงที่แตกต่างกัน แม้วเบานุ่มนวลของไวโอลิน/เสียงคังเช่นกลอง คนตรีสามารถบอกเรื่องราวได้ให้อารมณ์ที่แตกต่างกันมีแบบแผนแต่คนตรีไม่จำเป็นต้องมีคำ หรือเนื้อร้อง คนตรีจะสัมพันธ์กับการเดินรำ และ กิจกรรมเข้าจังหวะ คนตรีคือ โลกแห่งเสียงมีรูปลักษณ์ของตัวเอง แบบแผน จังหวะ ลีลา

ประเภทของเพลงดนตรี แบ่งตามลักษณะของวงดนตรีได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. เพลงที่บรรเลงโดยวงออร์เคสตรา (Orchestra) มีดังนี้
 - ซิมโฟนี (Symphony) หมายถึงการบรรเลงเพลงโซนาตา (Sonata) ทั้งวง คำว่า Sonata หมายถึง เพลงเดี่ยวของเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ เช่น เพลงของ ไวโอลิน เรียกว่า Violin Sonata เครื่องดนตรีชนิดอื่นๆก็เช่นเดียวกัน การนำเอาเพลงโซนาตาของเครื่องดนตรีหลายชนิดมาบรรเลงพร้อมกันเรียกว่า ซิมโฟนี
 - คอนเซอร์โต (Concerto) คือเพลงผสมระหว่างโซนาตากับซิมโฟนี แทนที่จะมีเพลงเดี่ยวแต่อย่างเดียว หรือบรรเลงพร้อมๆกันไปในขณะเดียวกัน เครื่องดนตรีที่แสดงการเดี่ยวนั้น ส่วนมากใช้ไวโอลินหรือเปียโน
 - เพลงเบ็คเตล็ด เป็นเพลงที่แต่งขึ้นบรรเลงเบ็คเตล็ดไม่มีเนื้อร้อง
2. เพลงที่บรรเลงโดยวงแชมเบอร์มิวสิก (Chamber Music) เป็นเพลงสั้นๆ ต้องการแสดงลวดลายของการบรรเลงและการประสานเสียง ใช้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย คือไวโอลิน วิโอลา และเซลโล
3. สำหรับเดี่ยว เพลงประเภทนี้แต่งขึ้นสำหรับเครื่องดนตรีชิ้นเดียวเรียกว่าเพลงโซนาตา
4. โอราทอริโอ (Oratorio) และแคนตาตา (Cantata) เป็นเพลงสำหรับศาสนา ใช้ร้องในโบสถ์ จัดเป็นโอเปร่า แบบหนึ่ง แต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับศาสนา
5. โอเปร่า (Opera) หมายถึงเพลงที่ใช้ประกอบการแสดงละครที่มีการร้องโต้ตอบกันตลอดเรื่อง เพลงประเภทนี้ใช้ในวงดนตรีวงใหญ่บรรเลงประกอบ
6. เพลงที่ขับร้องโดยทั่วไป ได้แก่ เพลงที่ร้องเดี่ยว ร้องหมู่ หรือร้องประสานเสียง ในวงออร์เคสตรา วงคอมโบ (Combo) หรือชาโดว์ (Shadow) ซึ่งนิยมฟังกันทั้งจากแผ่นเสียงและจากวงดนตรีที่บรรเลงกันอยู่โดยทั่วไป

ดังกีตนิยม (Music Appreciation)

1. ความซาบซึ้งในดนตรี

ความซาบซึ้งในดนตรี หมายถึง ความรู้สึกมีค่าในสุนทริยรสของดนตรีที่เกิดขึ้นจากการฟังด้วยความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ความรู้สึกนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทางดนตรีของแต่ละบุคคล ซึ่งมีได้ไม่เท่ากัน ความซาบซึ้งไม่สามารถสอนให้ทำตามกันได้ เพียงแต่สามารถ แนะนำแนวทาง ให้ผู้ฟังคนตรึนั้นเกิดความรู้สึกซาบซึ้งได้ด้วยตนเอง และสามารถพัฒนาความซาบซึ้งในขั้นสูงต่อไป ดนตรีเป็นศิลปะแห่งการใช้เสียงเพื่อเป็นสื่อในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ไปสู่ผู้ฟัง เป็นศิลปะที่ง่ายต่อการสัมผัส ก่อให้เกิดความสุข ความปลื้มปิติพึงพอใจให้แก่มนุษย์ได้

ดนตรีเป็นภาษาสากลแห่งมวลมนุษยชาติ

เกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจในธรรมชาติและมนุษย์ได้ประดิษฐ์คิดค้นให้ ประณีตวิจิตรยิ่งขึ้น ดังนี้แล้ว มนุษย์ ไม่ว่าจะ เป็นชนชาติใด ภาษาใด ก็สามารถรับรู้รสชาติของ ดนตรีได้โดยใช้เสียงเป็นสื่อได้ไม่ต่างกัน

2. การฟังดนตรี

ท่านพุทธทาสภิกขุ กล่าวไว้ว่า "ดนตรีและศิลปะ บริสุทธิ์มีคุณสมบัติสนับสนุนความมี จิตว่าง เราฟังดนตรีกันที่ความไพเราะเหมือนกับการศึกษาธรรมะก็ เพราะความไพเราะของพระ ธรรม" (สุกรี เจริญสุข, 2538 : 7)

เมื่อกล่าวถึงดนตรีอันดับแรกที่เราควรพิจารณา คือ ดนตรีทุกประเภทหรือเพลง ทุกเพลง นำไปสู่ความซาบซึ้งได้เท่ากันทั้งหมดหรือไม่ คำตอบก็คือไม่ เนื่องจากดนตรีหรือเพลงแต่ละประเภทนั้นมีองค์ประกอบและโครงสร้างที่แตกต่างกัน และส่วนสำคัญก็คือขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้ฟังคนนั้น ๆ ดนตรีอาจทำให้เกิดความสนุกสนานมีอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตาม เช่นดนตรีที่เปิดใน คิสโก้เชค ที่เน้นจังหวะเร็ว ๆ อารมณ์ที่ได้จากการฟังนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์อื่น ความรู้สึกนั้น อาจจะไม่ใช่ความซาบซึ้งก็ได้ เนื่องจากความซาบซึ้งเป็นเรื่องของความรู้สึกที่เกิดขึ้นในลักษณะของความ อิ่มเอิบลุ่มลึกในจิตใจ เป็นความรู้สึกปิติ ซึ่งเป็นการยากที่จะหาคำใด ๆ มาอธิบายได้เพราะเป็น เรื่องของความรู้สึกส่วนบุคคลและรู้สึกได้ด้วยตนเองเท่านั้น

3. องค์ประกอบของการฟัง องค์ประกอบของการฟัง เพื่อค้ำค้ำในสุนทรียรสของ ดนตรีนั้น มี 3 อย่างคือ

1) สถานที่ ด้านสถานที่นี้มีความสำคัญมากเนื่องจากเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิด ความซาบซึ้งใน การฟังบทเพลงที่มีความยาว ความสลับซับซ้อนของบทเพลง ถ้าหากสถานที่ไม่ เหมาะสมอาจจะ ทำให้ไม่ได้รับอรรถรสเท่าที่ควรสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการฟังดนตรีประเภทนี้ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรม แห่งประเทศไทย โรงละครแห่งชาติ สถาบันภาษาและวัฒนธรรมเยอรมัน กรม ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวได้รับการออกแบบเพื่อให้เหมาะกับการฟังดนตรี

2) เวลา ช่วงเวลาที่จัดให้มีการแสดงดนตรีนั้นต้องคำนึงถึงความเหมาะสม เข้ากับ บรรยากาศของการแสดงไม่ควรจัดให้เร็วเกินไปหรือช้าเกินไป ถ้าเป็นรอบกลางวันควรอยู่ประมาณ 14.00-16.00 น. รอบค่ำควรอยู่ประมาณ 19.30 น - 21.00 น. ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมด้วย

3) ผู้ฟัง ตัวผู้ฟังเองต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการฟัง มีความรู้ ความเข้าใจ พื้นฐานทาง ดนตรีพร้อมที่จะรับกระแสเสียงที่ผู้ขับร้องและผู้บรรเลงเปล่งเสียงออกมา โดยผ่าน การตีความหมายอย่างละเอียดจากบทเพลงที่คิดทวี้ได้เขียนไว้ ผู้ฟังเป็นผู้ที่พร้อมจะรับฟังบทเพลงด้วยความ ชื่นชอบ

4. ระดับของการฟัง

ระดับของการฟังของคนเราที่จะนำไปสู่ความซาบซึ้งได้นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะ และ ทักษะของผู้ฟังซึ่งจัดระดับการฟังดนตรีได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้ (ฉรุฑ์ สุทธิจิตต์, 2535 : 1-3)

1) การฟังแบบผ่านหู (Passive Listening) การฟังประเภทนี้เป็นการฟังโดยมิได้ตั้งใจหรือฟังแบบผ่าน ๆ หู การได้ยินเสียงดนตรี เป็นส่วนประกอบของเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่มีผู้กำลังกระทำอยู่ซึ่งเรากระทำกันอยู่ทั่วไปและเกือบตลอดเวลา เช่นการฟังเพลงตามห้างศูนย์การค้า ขณะเดินเลือกซื้อสินค้าก็จะได้ยินเสียงเพลงลอยอยู่ในบรรยากาศ ขณะรับประทานอาหาร ในร้านอาหาร ก็จะมีเสียงเพลงเพราะๆคล้าเข้าไประหว่างการรับประทานหรือการพูดคุย ดนตรีประกอบในโฆษณา ดนตรีประกอบรายการวิทยุ- โทรทัศน์หรือดนตรีที่ใช้เป็นแบคกราวด์ในภาพยนตร์ต่างๆ เป็นต้น การรับฟังดนตรีในระดับนี้จิตใจและความคิดของผู้ฟังไม่ได้มีใจจดจ่ออยู่กับเสียงดนตรีโดยตรงสักเท่าไร แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ ผู้ฟังในระดับนี้จะได้รับความเพลิดเพลินใจสบายอารมณ์จากการซึมซาบไปกับบรรยากาศที่เสียงดนตรีนั้นมีส่วนสร้างขึ้น ซึ่งเป็นผลของเสียงดนตรีที่มีต่อสภาพ แวดล้อมและจิตใจของมนุษย์

2) การฟังด้วยความตั้งใจ (Sensuous Listening) การฟังดนตรีประเภทนี้เป็นระดับการฟังที่มีความตั้งใจฟังมากขึ้นกว่าระดับที่ 1 ผู้ฟังจะเกิดความนิยมชมชอบกับเสียงดนตรีที่ไพเราะอาจเริ่มคิดใจเสียด ๆ ของโซปราโนแซกโซโฟนเสียง สดใสของไวโอลิน หรือเสียงดุคคันของทรัมเป็ต ผู้ฟังระดับนี้ถ้าเขาชอบฟังเพลงประเภทใดก็มักให้ ความสนใจต่อรายละเอียดของเพลงประเภทนั้นเป็นพิเศษ และส่วนมากเป็นผู้ที่ได้รับการศึกษาชั้น ปานกลางไปจนถึงขั้นสูง และเป็นผู้ฟังที่พร้อมจะได้รับความซาบซึ้งในคุณค่าทางด้านสุนทรียภาพ

3) การฟังอย่างเข้าถึงอารมณ์ (Emotional Listening) การฟังดนตรีประเภทนี้ ผู้ฟังมีจิตใจและความรู้สึกจดจ่อต่อเพลงที่ตนชอบฟังไปตามอารมณ์หรือมีปฏิกิริยาต่อเสียงดนตรีมากขึ้น ฟังเนื่องจากดนตรีทำให้สนใจและเกิดอารมณ์ร่วมไปกับอารมณ์ต่างๆ ที่เขาคิดว่าเสียงเพลงที่ออกมา เช่น เมื่อเรามีอารมณ์เศร้า มีอาการหม่นหมอง ปวดร้าวกระวนกระวายใจเพราะเรื่องใดเรื่องหนึ่งหากในช่วงเวลาขณะนั้นมีเสียงเพลงเข้ามาโดย เป็นเพลงซึ่งสื่ออารมณ์คล้ายคลึงกับอารมณ์ที่กำลังประสบอยู่ เรา จะเปิดหูเปิดใจออกซึมซาบไปกับ เสียงเพลงนั้น เป็นต้น การฟังดนตรีประเภทนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดย สามีญเช่นกันเพราะคนเราโดยทั่วไปก็มีอารมณ์ ความรู้สึกและจิตใจแปรปรวนไปตามธรรมชาติของ มนุษย์ด้วยกันทั้งสิ้นและมูลเหตุลึกลับๆที่จูงใจให้เราคิดใจฟังดนตรีด้วยระดับการฟังประเภทนี้ก็คือความรู้สึก พอใจ นอกจากนี้ยังเกิดจาก ความตั้งใจออกตั้งใจ มีจิตใจจดจ่อ มุ่งฟังส่วนที่เป็นอารมณ์สุข อารมณ์เศร้าของ ดนตรี ในแง่ที่มา สัมพันธ์กับอารมณ์ของตนเองแต่ก็ยังมิได้มีความเข้าใจในดนตรีจนถึงขั้นซาบซึ้งอย่าง แท้จริง

4) การฟังโดยรับรู้ความหมาย (Perceptive Listening) การฟังประเภทนี้เป็น การฟังที่ผู้ฟังเห็นสุนทรียหรือเห็นความงามขององค์ประกอบต่าง ๆ ของเสียงดนตรีโดยตรง ซึ่งอาศัย ความมีสมาธิ และมีสภาพจิตใจ อารมณ์ที่สงบนิ่ง เป็นการเห็น ความงามของการที่องค์ประกอบต่าง ๆ นั้นมาสัมพันธ์กันอย่างลงตัวอย่างมีศิลปะ องค์ประกอบ พื้นฐานของดนตรีเช่น การเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงของแนวทำนอง จังหวะ เสียงประสาน และสีตันของเสียงซึ่งก็คิดไว้ได้ทำการชักย้าย ถ่ายเทและปรุงแต่งขึ้นอย่างมีศิลปะ สามารถวิเคราะห์ วิเคราะห์ดนตรีได้โดยมีหลักการเป็นผู้ฟังดนตรีที่ มีการศึกษาค้นคว้าสังสมประสบการณ์ในการฟังมาเป็นอย่างดี

ระดับการฟังที่กล่าวมา 4 ระดับข้างต้นนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในการฟังของ มนุษย์เราทั้งสิ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของบทเพลงที่บุคคลผู้นั้นเลือกฟังและขึ้นอยู่กับ การรับรู้ต่อ เสียงดนตรีและ ความต้องการที่จะเข้าถึงสุนทรียของดนตรีในระดับใดของผู้นั้น การฟังในระดับที่ 1 2 และ 3 ดังที่ กล่าวมาแล้วนั้นเป็นระดับการฟังที่เข้าใจได้ไม่ยากนักเนื่องจากไม่ต้องอาศัยความเข้าใจ ในกระบวนการต่าง ๆ ของบทเพลงเช่น การคิดทางดนตรีและทักษะในเชิงดนตรี โดยมีความรู้เพียง ระดับหนึ่ง ก็สามารถเข้าถึงได้ ส่วนการฟังดนตรีระดับที่ 4 นั้นต้องเกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับเสียงดนตรี โดยตรงซึ่งประกอบไปด้วยแง่มุมและมิติต่างๆ จึงต้องอาศัยความตั้งใจและความต้องการที่จะฟังอย่าง มีสมาธิจริงๆ และผู้สนใจต้องมีความเข้าใจกับส่วนต่างๆ ขององค์ประกอบทางดนตรีซึ่งประกอบด้วย เสียง แนวทำนอง จังหวะ เสียงประสานและสีตันของเสียงอย่างพอสมควรเพื่อเป็นพื้นฐาน ในการฟัง ดนตรีให้เกิดความซาบซึ้ง

5. การได้ยิน (Hearing) ในขั้นแรกผู้ฟังจะต้องได้ยินเสียงดนตรีเสียก่อนครั้นต่อมา เมื่อเกิดความสนใจขึ้นก็จะผ่านไปถึงขั้นที่สอง คือ ขั้น "การฟัง"

การฟัง (Listening) ในขั้นนี้ก็จะเป็นการวัดได้ว่า เขาเริ่มแบ่งความสนใจมา ให้กับเสียงของดนตรีบ้างแล้ว และถ้าเขายังมีใจจดจ่อที่จะได้ยินต่อเนื่องกันไปก็หมายความว่าเขาได้ สนใจที่จะฟังดนตรีแล้ว

การคิด (Thinking) ขณะที่เขากำลังฟังดนตรีอยู่เขาก็จะเริ่มคิดในเสียง ดนตรีที่เขา ได้ยินการคิดนี้ลึกซึ้งแค่ไหนขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ของผู้ฟังดนตรีแต่ละคน

การรู้สึก (Feeling) การคิดข้อมนำมาซึ่งความรู้สึกหวั่นไหวทางอารมณ์ซึ่งเรียกว่า "การรู้สึก" การรู้สึกนี้เป็นขั้นตอนสำคัญของการฟังดนตรี ผู้ฟังจะเริ่มรู้คุณค่า (Appreciate) บทเพลงที่ ฟังมาน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนี้

การจำ (Remembering) เป็นขั้นสุดท้ายของการฟังดนตรี เพลงบทใดถ้าผู้ฟัง สนใจและ ได้ฟังซ้ำบ่อยๆ ก็จะจำได้ เมื่อจำได้และยังสนใจอยากฟังเพลงนั้นอีกก็เท่ากับว่าผู้ฟังผู้นั้น ได้รู้คุณค่าของเพลงบทนั้นแล้วเป็นอย่างดี นิยามของคำว่า "ผู้ฟังดนตรี" (ไชแสง สุขวิวัฒนะ ,2535 : 49)

6. ผู้ฟังดนตรี

ผู้ฟังดนตรี คือ ผู้พร้อมที่จะรับกระแสเสียงที่ผู้ขับร้องหรือเครื่องดนตรีของผู้บรรเลงเปล่งออกมา โดยผ่านขบวนการตีความหมายอย่างละเอียดลออจากบทเพลงของคีตกวี หรือจะกล่าวง่าย ๆ ก็คือ ผู้ฟังเป็นผู้พร้อมที่จะรับฟังบทเพลงด้วยความชื่นชอบ" ความชื่นชอบหรือการรู้คุณค่าในสิ่งที่มีคุณค่าที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า "Appreciation" ของผู้ฟังคนหนึ่งคนใดจะมีมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. การฟังมาก และหาโอกาสที่จะฟังอยู่เรื่อย ๆ
2. การฝึกฝนในด้านรสนิยม (Taste) ให้เป็นผู้มีรสนิยมในการฟังที่ดี
3. ความกระตือรือร้นที่จะศึกษาเรื่องราวต่างๆ อันเกี่ยวข้องกับดนตรีอย่างไม่

หยุดยั้ง

7. อุปสรรคของความรู้ศึกษาซึ่งในดนตรี

1) ความยากของการฟัง ดนตรีเป็นเรื่องของเสียงและการได้ยิน มิใช่เรื่องของภาพที่มองเห็นได้ ดังนั้นการฟังโดยการรับรู้อย่างเต็มที่ย่อมต้องการสมาธิและทักษะในการฟังมากพอสมควร

2) องค์ประกอบเรื่องเวลา ดนตรีเป็น โสตศิลป์หรือศิลปะเกี่ยวกับเวลาและเสียง (Tone in Time) การฟังดนตรีเป็นสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นและผ่านไป การที่จะย้อนกลับมาถ้าจำไม่ได้ หรือไม่ได้ยินยอมเป็นไปไม่ได้ ไม่เหมือนกับการดูศิลปะแขนงอื่น ซึ่งสามารถดูย้อนกลับไปได้ ดังนั้นความจำทางดนตรีจึงมีผลโดยตรงต่อระดับความซาบซึ้งในดนตรี

3) ความชอบและความไม่ชอบความชอบหรือไม่ชอบในดนตรีบางประเภท บางลักษณะ ทำให้การฟังดนตรีไม่เป็นไปตามที่ควรจะเป็น

4) ความยากง่ายของบทเพลงความยากง่ายของบทเพลงเป็นอุปสรรคประการสำคัญที่ทำให้การฟังไม่เกิดการรับรู้อย่างแท้จริง การศึกษาทำความเข้าใจกับบทเพลงที่จะฟังให้ถ่องแท้และดีเสียก่อน จึงช่วยให้การฟังโดยการรับรู้เกิดขึ้นได้

8. มารยาทในการฟัง

การแสดงดนตรีมีหลายรูปแบบ บางรูปแบบก็มิได้มีความมุ่งหมายที่จะให้ผู้ฟังตั้งใจฟังเท่าใดนัก เช่น การแสดงของวงดนตรีวัยรุ่น, การแสดงของวงดนตรีเพื่อชีวิต, การแสดงดนตรีของวงดนตรีลูกทุ่งทั่วไป การแสดงดนตรีประเภทนี้ไม่ได้เคร่งครัดเกี่ยวกับมารยาทเท่าใดนัก เพียงแต่อย่าทำให้คนอื่นเดือดร้อนก็เพียงพอแล้วแต่มีการแสดงดนตรีอีกรูปแบบหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการฟังอย่างแท้จริง ซึ่งนักดนตรีมีความตั้งใจแสดงอย่างเต็มที่ ผู้ฟังก็ตั้งใจไปฟังอย่างจริงจัง การจัดการแสดงก็เป็นระบบระเบียบแบบแผน โดยมากการแสดงดนตรีรูปแบบนี้มักเป็นดนตรีคลาสสิก ดังนั้นความรู้ความเข้าใจถึงมารยาทในการฟังดนตรีคลาสสิกจึงมีความจำเป็น มารยาทในการฟังดนตรีคลาสสิกออกเป็น 5 ข้อดังนี้

1) ควรจองบัตรล่วงหน้า ถ้ามีสูจิบัตรประกอบควรศึกษารายละเอียดให้ดี บางรายการก็จะมีสูจิบัตรแจกให้หน้าสถานที่แสดงก่อนการแสดงจริง หรือบางรายการก็จัดทำสูจิบัตรให้เป็นเล่มอย่างดีมีรายละเอียดของบทเพลง วงดนตรี นักดนตรี ประวัติความเป็นมาของบทเพลงและผู้แต่งรวมถึงส่วนต่าง ๆ ของรายการ ไว้จำหน่าย หรือแจกให้ ณ สถานที่แสดง

2) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย ให้สอดคล้องกับภาวะเหตุการณ์หรือใส่ชุดสากลนิยม ถ้าหากเป็นนิสิตนักศึกษาควรแต่งเครื่องแบบเพราะนอกจากจะดูสุภาพเรียบร้อยแล้วยังอาจได้รับส่วนลดค่าเข้าชมอีกด้วย

3) ควรไปก่อนเวลาการแสดง เพื่อให้มีเวลาสำหรับการศึกษาสูจิบัตรของการแสดงหรืออย่างช้าที่สุดควร ไปตรงเวลา เพราะในการแสดงประเภทนี้เมื่อมีการบรรเลงแล้วจะไม่นอญญาติให้ผู้ที่มาสายเข้าไปจนกว่าจะบรรเลงจบรายการแรก นอกจากนี้แล้วการเข้าไปหาที่นั่งในขณะที่คนตรีบรรเลงยังเป็นการทำลายสมาธิของผู้อื่น

4) ไม่สร้างความรำคาญให้แก่ผู้อื่น ตลอดจนรบกวนสมาธิของผู้แสดง เช่น ไม่พูดคุย ซักถาม, ไม่นำอาหารประเภทของขบเคี้ยวเข้าไปรับประทานขณะที่มีการบรรเลง, ไม่ควรนำทารกหรือเด็กเล็กเข้าไปเพราะเด็กอาจส่งเสียงร้องหรือชุกชุกชุกชุกเป็นการทำลายสมาธิผู้ที่นั่งข้างเคียง

5) ต้องปรบมือให้เกียรติ แก่นักดนตรี ผู้อำนวยเพลง หรือวาทยากร (Conductor) ออกมาและแสดงความเคารพ และควรปรบมือเมื่อจบการบรรเลงแต่ละเพลงเพื่อแสดงความชื่นชมและขอบคุณ การปรบมือจะต้องปรบหลังจากบรรเลงจบทุกท่อนของเพลงก่อนเราจะไม่ปรบมือเมื่อจบแต่ละท่อน เช่น บทเพลงประเภทซิมโฟนี มักประกอบด้วย 3-4 ท่อน นอกจากนี้ยังมีวิธีสังเกตอีกอย่างในการปรบมือถ้าหากเราไม่มั่นใจว่าเพลงจบหรือยังให้สังเกตดูผู้ชมคนอื่น ๆ ก่อนที่จะปรบมือหรือคอยสังเกตว่าถ้าเมื่อไหร่วาทยากรหันหน้ามาโค้งให้ผู้ชมนั้นแสดงว่าจบเพลงแล้วจริงๆ

จากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยเสนอผลสรุปดังนี้ ต้องยอมรับว่าธรรมชาติในการฟังดนตรีของแต่ละคนต่างกันในแง่วัตถุประสงค์ของการฟังและการนำไปใช้ซึ่งความต่างทั้งหลายมาจากประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะ หลอมรวมจนหลายคนสรุปว่ามันเป็นรสนิยม คำถามคือ เราฟังดนตรีเพื่ออะไร เสียงดนตรี คือ ศิลปะอันสวยงามที่ถูกมนุษย์สร้างขึ้นจากธรรมชาติ ฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ความอิมเมจ จรรโลงใจ การฟังดนตรีให้เกิดความซาบซึ้งนั้น อาจไม่ได้เกิดจากธรรมชาติของการฟังเพลงของเราเพียงอย่างเดียว แต่ต้องศึกษา ประวัติ การตีความหมายของเพลง การฟังเครื่องดนตรีแต่ละชิ้น การดูการแสดงดนตรี เพื่อความเข้าใจถึงธรรมชาติของเสียง การเล่นของนักดนตรี การฟังอย่างตั้งใจ และความรู้ความเข้าใจในสไตล์ดนตรีแต่ละประเภทเพื่อพัฒนาทักษะของเรา อันจะนำไปสู่การฟังเพลงอย่างเข้าใจจิตใจ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่สวยงาม ต่อแท้เพราะเราจะเข้าใจลึกซึ้งกับเพลงเหล่านั้น เพลงไม่ได้เดินเข้าหาเราแต่เพียงอย่างเดียว เราต่างหากที่ต้องเดินเข้าหาเพลง เพื่อให้ตัวเรารับรู้และสัมผัสกับสุนทรียศาสตร์ที่อบอวลไปด้วยความสุขและแรงบันดาลใจ หากจะเริ่มค้นการฟังเพลงอย่างตั้งใจ และพยายามหาความ

สุนทรีย์กับเพลง เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการฟังเพลง และรู้จักเลือก เราจะได้มีความสุขจากการฟังเพลงที่แท้จริง และการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้มากขึ้นนั่นเอง

2. แนวคิดความพึงพอใจ

ความเป็นมาของแนวคิด

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิดต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถแสดงออกทางอารมณ์อันเป็นความรู้สึกในทางบวก โดยเกิดจากการประเมินค่าของความแตกต่างระหว่างสิ่งคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง เป็นความต้องการของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย อันเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จ เสมือนเป็นเครื่องมือในการผลักดันคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี โดยมีหลักแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและพฤติกรรมบุคคลซึ่งจะต้องกล่าวถึงในประเด็นต่างๆดังนี้

(1) ความหมายของความพึงพอใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของคำว่า “พึงพอใจ” ไว้ว่า “พึงพอใจ ว. รัก ชอบใจ” (2542. 793)

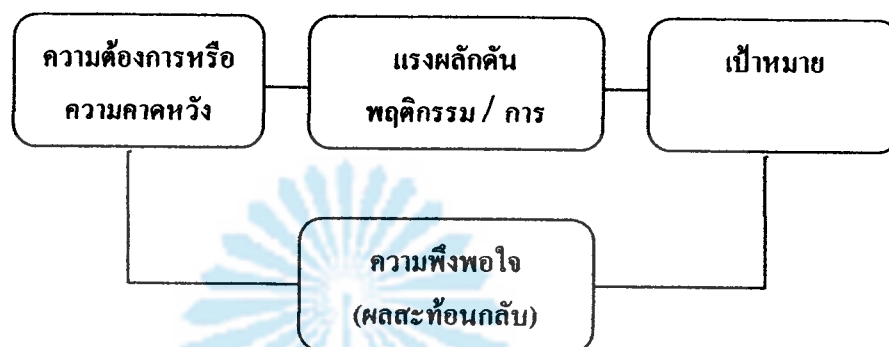
ประภาพันท์ พลายจันทร์ (2546: 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนจึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรงแต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

โวล์แมน (จันทร์เพ็ญ คูเทศานันท์. 2542 : 47; อ้างอิงจาก Wolman. 1973 : 304) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

แมคคอร์มิก (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542 : 17: อ้างอิงจาก McCormick. 1965 : 299) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

มัลลินซ์ (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542 : 17: อ้างอิงจาก Mullins. 1985 : 280) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆหลายๆด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพเกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้น

แล้วจะเกิดความพึงพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่ออีกคั้งภาพประกอบ



ภาพประกอบ 8 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล

Mullins. Laune J. (1985). Management and Organization Behavior : 280)

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

(2) ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

วิฑูรย์ สิมะ โชคดี (2542 : 202) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะส่งมอบบริการนั้นๆ การบริการหมายถึง สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยากและสูญสลายหายไปได้ง่าย การบริการสามารถสร้างขึ้น โดยที่ผู้ให้บริการทำเพื่อส่งมอบการบริการหนึ่งๆ ให้แก่ผู้รับบริการ การบริโภคหรือการให้บริการจะเกิดขึ้นในทันทีเมื่อมีการให้บริการนั้นๆ หรือเกือบจะทันทีทันใดที่การให้บริการเกิดขึ้น

ความพึงพอใจในการบริการถือว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการ ที่ได้รับจนตัดสินใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะนำความรู้ความเข้าใจ มาปรับปรุงให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และ

ส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตามที่จิตตินันท์ เศษะกุลป์ (2540 : 21) ได้อธิบายความสำคัญต่อผู้ให้บริการที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ
3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี
2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ

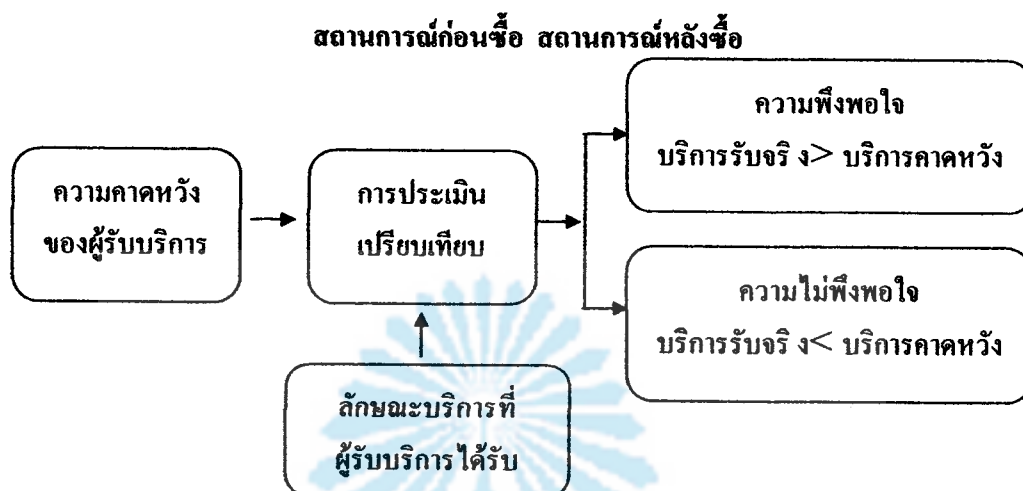
จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการให้ความสำคัญทั้งสองลักษณะ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่มีส่วนสัมพันธ์กันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ

(3) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จิตตินันท์ เศษะกุลป์ (2540 : 19) ได้ให้ความหมาย “ ความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยามแบ่งเป็น 2 นัยคือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง
2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในระยะเวลาหนึ่งหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (จิตตินันท์ เศษะกุลป์. 2540 : 19; อ้างอิงจาก Oliver. 1980 : 460 A. Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ภาวะแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจหมายถึงภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 9 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ (จิตตินันท์, 2540 : 19)

จากการศึกษาความหมายความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่าเป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการแต่ละครั้งได้

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่ลักษณะคุณภาพ แลระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลลัพธ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างและคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการยอมรับหรือพิจารณาว่า เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการ ได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการข้อมก่อนให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการ ได้ยิน ข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการ ไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อ ที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจ หรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับความคาดหวัง

ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังที่เกินความคาดหวัง และความไม่พึงพอใจ จะเกิดพฤติกรรมบางลักษณะ ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 10 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (จิตตินันท์, 2540 : 39)

(4) องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้นจากกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง โดยจิตตินันท์ เชชะคุปต์ (2540 : 25-26) องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประการดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธสัญญาของการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็น

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องานการ ใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตน การให้บริการ

จากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า ระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้ สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการแต่ละครั้งได้

ทฤษฎีหลัก

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-Functionalism)

1) ความเป็นมาของทฤษฎี

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมมีความเป็นมาจากแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมแบบใหม่ ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงกลางของศตวรรษที่ 20 หลังจากการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ของนักมานุษยวิทยารุ่นเก่าที่มักใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ในการศึกษา ช่วงเวลานั้นวิชาการด้านสังคมศาสตร์ได้แตกแขนงไปอย่างมากมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านมานุษยวิทยา จึงเกิดการศึกษาวรรณกรรมแบบใหม่ขึ้นหลายแนวเป็นการศึกษาพฤติกรรมของคนในสังคมในรูปแบบบูรณาการ (Integration) ซึ่งจะต้องศึกษาหน้าที่ของโครงสร้างของสังคมทุก ๆ โครงสร้างในขณะเดียวกันให้สัมพันธ์กันก็จะเข้าใจสังคมหนึ่งๆ ได้อย่างลึกซึ้งและต้องแท้โครงสร้างของสังคมคือส่วนประกอบของสังคม ซึ่งในแต่ละสังคมจะประกอบด้วยโครงสร้างต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์กัน ถ้าขาดโครงสร้างใด โครงสร้างหนึ่งสังคมนั้นก็ล่มสลายหรือแม้แต่โครงสร้างใด โครงสร้างหนึ่งคือคุณภาพลงก็จะส่งผลกระทบต่อ โครงสร้างอื่นๆ เป็นถูกใจให้สังคมนั้นล่มสลายลงได้ในที่สุด (นิยพรรณ วรณศิริ. 2540 : 108)

2) ผู้นำทฤษฎี

ผู้นำสำคัญของทฤษฎีโครงสร้างนิยม คือ A.R. Radcliffe-Brown ส่วนผู้นำสำคัญของทฤษฎีหน้าที่นิยม คือ Emile Durkheim, Bronislaw Malinowski เมื่อทั้งสองทฤษฎีถูกนำมารวมกัน จึงกล่าวได้ว่า A.R. Radcliffe-Brown และ Bronislaw Malinowski มีส่วนสำคัญในการนำทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มาใช้อย่างชัดเจน โดย A.R. Radcliffe-Brown นักมานุษยวิทยาชาวอังกฤษได้เสนอความคิดของตนไว้ในข้อเขียนชื่อ “On Social Structure” (1940) และในหนังสือชื่อ Structure and Function in Primitive Society (1964 : 181) Radcliffe-Brown กล่าวว่า สังคมเปรียบเหมือนอินทรีย์ที่มีชีวิต มีการเกิด เจริญเติบโต เจ็บป่วยได้ รักษาได้ และเมื่อหายแล้วก็ก้าวเดินต่อไปได้ ร่างกายมนุษย์มีอวัยวะเป็นส่วนประกอบเพื่อการดำรงอยู่ สังคมก็มีโครงสร้างเพื่อการดำรงอยู่ ดังนั้นทั้งอวัยวะของคนและโครงสร้างทางสังคมต่างก็มีหน้าที่ประสานสัมพันธ์กันเพื่อการดำรงอยู่ของร่างกายมนุษย์และสังคม ถ้าโครงสร้างของสังคมขัดแย้งกันในการทำหน้าที่ หรือทำหน้าที่ไม่สอดคล้องกัน สังคมนั้นก็จะเกิดการชะงักงันในการพัฒนา สังคมจึงต้องรีบไขหรือปรับเปลี่ยนโครงสร้างของตนเองเพื่อการดำรงอยู่และการพัฒนาที่ต้องก้าวไปข้างหน้าต่อไปจุดนี้เอง เป็นข้อแตกต่างระหว่างร่างกายมนุษย์และสังคมเนื่องจากโครงสร้างสำคัญ ๆ ของร่างกายไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เมื่อโครงสร้างนั้นชำรุดเสียหายอาจทำให้คนถึงตายได้ แต่สังคมสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างได้ สังคมจึงไม่ตาย เมื่อมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างแล้วสังคมก็สามารถพัฒนาต่อไปได้

ส่วน Malinowski นักหน้าที่นิยมกล่าวว่า โครงสร้างก็คือ สถาบันของสังคมที่เกิดมาจากความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์นั่นเอง Malinowski เชื่อว่ามนุษย์ในทุกสังคมวัฒนธรรมมีความต้องการพื้นฐานทางจิตใจและหน้าที่หลักของวัฒนธรรมคือการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์หรือเปรียบเทียบเสมือนเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 3 ด้านของมนุษย์ คือ

1. ความต้องการด้านความจำเป็นพื้นฐาน (Basic Biological and Psychological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นของมนุษย์ เช่น ต้องการอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การเจริญเติบโต เป็นต้น

2. ความต้องการด้านสังคม (Instrumental Needs) เป็นความต้องการความร่วมมือกันทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานเช่น การแบ่งงานกันทำ การแจกจ่ายอาหาร การผลิตสินค้า การบริการและการควบคุมทางสังคม

3. ความต้องการทางด้านจิตใจ (Symbolic Needs) เป็นความต้องการของมนุษย์เพื่อความมั่นคงทางด้านจิตใจ โดยทั่วไปเวทมนตร์คาถาทำ หน้าที่ที่ทำ ให้คนรู้สึกอบอุ่นใจ เพราะงานบางอย่างที่มนุษย์ทำ ค่อนข้างยากลำบากและมนุษย์ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดผลอย่างไรบ้างทำให้เกิดความไม่มั่นใจ จึงต้องพึ่งเวทมนตร์คาถาให้ช่วยเพื่อทำให้เกิดความมั่นใจมาก

Malinowski ย้ำว่า วัฒนธรรมทุกด้านมีหน้าที่ต้องทำ คือการตอบสนองความต้องการของมนุษย์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้ง 3 อย่างดังกล่าว ส่วนต่างๆของวัฒนธรรมมีหน้าที่เพื่อ

สนองความต้องการของปัจเจกชนในสังคมนั้นแนวความคิดดังกล่าวจึงเป็นหลักสำคัญในการนำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของคนในสังคมทั้งหมดของแต่ละวัฒนธรรม (งามพิศ สัตย์สงวน . 2538 : 32-34)

Talcott Parsons และลูกศิษย์ คือ Robert Merton เป็นนักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ที่นำเอาแนวความคิดด้านโครงสร้าง-หน้าที่มาพัฒนาในสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ที่มีมองทุกๆ ระบบและทุกๆ หน้าที่หลักของสังคมว่า จะเป็นตัวกระทำให้สังคมมีความเป็นระเบียบและดำรงอยู่ต่อไป Merton ยังมองว่าแต่ละแบบอย่างทางสังคม หรือ โครงสร้างสังคมจะมีหน้าที่หลายอย่างและมีหน้าที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับการมองว่าจะมองจากจุดใด และกับบุคคลใด บางแบบอย่างทางสังคมหรือ โครงสร้างสังคม อาจมีหน้าที่ที่ชัดเจนมากกว่าหน้าที่อื่น ซึ่งเรียกว่า หน้าที่หลัก (Manifest functions) แบบอย่างทางสังคมหรือ โครงสร้างสังคมบางส่วน อาจมีหน้าที่ที่ไม่สำคัญหรือทำหน้าที่สนับสนุนมากกว่า ซึ่งเรียกว่า หน้าที่รอง (Latent Functions) แต่บางแบบอย่างทางสังคมหรือ โครงสร้างสังคมที่เกิดขึ้นมานั้นเป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการจะเรียกว่า หน้าที่ที่ไม่มีประโยชน์ (Dysfunctions) (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. <http://www.huso.buu.ac.th/cai/sociology/>> Dec, 8, 2007.)

จากทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม ผู้วิจัยนำมาเป็นทฤษฎีหลักการ ในการนำทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมไปใช้ในการพัฒนาสังคม ดังนี้ สถานประกอบการที่มีการจัดการบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวเปรียบเสมือน เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่สร้างความบันเทิง สร้างความสุข ความสบายใจ ความพึงพอใจ สามารถตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ ซึ่งเป็นความต้องการของมนุษย์ของนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง และเมื่อสถานประกอบการดังกล่าวมีหน้าที่ในการจรรโลงสังคมหรือมีหน้าที่ลดภาวะความตึงเครียด สามารถตอบสนองทางด้านจิตใจของสังคมได้แล้ว ก็จะทำให้กลไกของหรือโครงสร้างสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

ทฤษฎีเสริม

1. ทฤษฎีแรงจูงใจ

1) ความเป็นมาของทฤษฎี

การจูงใจ หมายถึง การนำเอาปัจจัยต่างๆ มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่จูงใจจะต้องค้นหาว่าบุคคลที่เขาต้องการจูงใจ มีความต้องการหรือมีความคาดหวังอย่างไร มีประสบการณ์ความรู้และทัศนคติในเรื่องนั้นๆอย่างไรแล้วพยายามดึงเอาสิ่งเหล่านั้นมาเป็นแรงจูงใจ (Motive) ในการแสดงพฤติกรรม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ

ความสำคัญของการจูงใจ

พฤติกรรมส่วนใหญ่จะมีแนวทางมุ่งไปยังเป้าหมายที่สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการสนองความต้องการพื้นฐานทางกายให้สมดังความต้องการนั้น ๆ เช่น มนุษย์มีความต้องการทางร่างกายทำให้ต้อง กิน นอน ขับถ่ายอยู่ตลอดเวลา และคนเราจะมีวิธีการ ในการที่หาวิธีสนองความ

ต้องการเหล่านั้น การศึกษาเรื่องของการจูงใจ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้เราได้เข้าใจถึงพฤติกรรม และวิธีการในการสร้างหนทางเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทิศทางที่ต้องการ

กระบวนการจูงใจ

กระบวนการจูงใจมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1) ความต้องการ (Needs) คือ ภาวะการขาดบางสิ่งบางอย่างของอินทรีย์ อาจจะเป็นการขาดทางด้านร่างกายหรือการขาดทางด้านจิตใจก็ได้

2) แรงขับ (Drive) เมื่อมนุษย์มีความขาดบางสิ่งบางอย่างตามข้อ 1 ที่กล่าวมาแล้วก็จะเกิดภาวะตึงเครียดขึ้นภายในร่างกาย ภาวะตึงเครียดนี้จะกลายเป็นแรงขับหรือตัวกำหนดทิศทาง (Action Oriented) เพื่อไปสู่เป้าหมายอันจะเป็นการลดภาวะความตึงเครียดนั้น

3) สิ่งล่อใจ (Incentive) หรือ เป้าหมาย (Goal) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือเป็นตัวล่อให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมตามที่คาดหวังหรือที่ต้องการ ซึ่งอาจจะมีได้หลายระดับตั้งแต่สิ่งล่อใจในเรื่องพื้นฐานคือ ปัจจัย 4 ไปจนถึงความต้องการทางใจในด้านต่างๆ

ประเภทของการจูงใจ นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในการทำ การเรียนรู้ หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเอง โดยมีต้องให้มีบุคคลอื่นมาเกี่ยวข้อง เช่น นักเรียนสนใจเล่าเรียนด้วยความรู้สึกใฝ่ดีในตัวของเขาเอง ไม่ใช่เพราะถูกบิดามารดาบังคับ หรือเพราะมีสิ่งล่อใจใดๆ การจูงใจประเภทนี้ได้แก่

(1) ความต้องการ (Need) เนื่องจากคนทุกคนมีความต้องการที่อยู่ภายในอันจะทำให้เกิดแรงขับ แรงขับนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

(2) เจตคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะช่วยให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น เด็กนักเรียนรักครูผู้สอน และพอใจวิธีการสอน ทำให้เด็กมีความสนใจ ตั้งใจเรียน เป็นพิเศษ

(3) ความสนใจพิเศษ (Special Interest) การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ ก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น ๆ มากกว่าปกติ

2) การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่

(1) เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล คนที่มีเป้าหมายในการกระทำใดๆย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้มีพฤติกรรมที่ดีและเหมาะสมเช่น พนักงานทดลองงานมีเป้าหมายที่จะได้รับการบรรจุเข้าทำงาน จึงพยายามตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ

(2) ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาสทราบว่าคนจะได้รับ ความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้

(3) บุคลิกภาพ ความประทับใจอันเกิดจากบุคลิกภาพ จะก่อให้เกิดแรงจูงใจให้เกิด พฤติกรรมขึ้นได้ เช่น ครู อาจารย์ ก็ต้องมีบุคลิกภาพทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ นักปกครอง ผู้จัดการ จะต้องมีบุคลิกภาพของผู้นำที่ดี เป็นต้น

(4) เครื่องล่อใจอื่นๆ มีสิ่งล่อใจหลายอย่างที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้พฤติกรรมขึ้น เช่น การให้รางวัล (Rewards) อันเป็นเครื่องกระตุ้นให้อยากกระทำ หรือการลงโทษ (Punishment) ซึ่งจะกระตุ้นมิให้กระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้การชมเชย การติเตียน การประกวด การแข่งขัน หรือการทดสอบก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

ทฤษฎีการจูงใจเบื้องต้น

มาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Needs) มาสโลว์กล่าวว่า มนุษย์เราทุกคนต่างพยายามดิ้นรนเพื่อต่อสู้จุดมุ่งหมายของตนเอง แต่เนื่องจากการที่มนุษย์มีความแตกต่างกัน ฉะนั้นการที่จะได้รับการตอบสนองถึงขั้นไหนย่อมขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละบุคคลจากรูปแบบที่แสดงลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นระดับความต้องการปัจจัย พื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ปัจจัย 4 อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้า ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Security and Safety Needs) เช่น ปราศจากการประสบอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ การเจ็บป่วย เศรษฐกิจตกต่ำ การถูกข่มขู่จากบุคคลอื่น และการถูกโจรกรรมทรัพย์สิน เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความต้องการการยอมรับการเข้าเป็นสมาชิก การให้ความรัก การให้อภัย และความเป็นมิตร เป็นต้น

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยอมรับนับถือและเห็นว่าตนเองมีคุณค่าต่อสังคม (Esteem or Ego Needs)

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จ (Actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุดของมนุษย์ เป็นความพยายามของมนุษย์ที่จะให้บุคคลอื่นยอมรับนับถือตนเอง รวมกับความต้องการและความสำเร็จของตนเอง ซึ่งมาสโลว์เรียกว่าความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) มาสโลว์ได้กล่าวเน้นว่า ความต้องการต่าง ๆ เหล่านี้ต้องเกิดเป็นลำดับขั้น และจะไม่มี การข้ามขั้น ถ้าขั้นที่ 1 ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการในลำดับขั้นที่ 2-5 ก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ การตอบสนองที่ได้รับในแต่ละขั้น ไม่จำเป็นต้องได้รับทั้งหมดพร้อม แต่ต้องได้รับบ้างเพื่อจะได้เป็นบันไดนำไปสู่การพัฒนาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นในลำดับขั้นต่อไป



ภาพประกอบ 11 แสดงลำดับชั้นความต้องการพื้นฐาน

2) ผู้นำทฤษฎี มาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

จากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า ทฤษฎีของมาสโลว์ สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ โดยทำให้เราได้แง่คิดที่ว่า ก่อนที่เราจะสามารถจูงใจบุคคลให้เกิดพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดนั้น เราได้คำนึงถึงลำดับชั้นของความต้องการของบุคคลเสียก่อนหรือไม่ เช่น ถ้าเราพยายามให้คนมาใช้บริการสถานประกอบการที่มีการจัดการบริการคนตรี เพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะที่คนนั้นยังไม่สามารถสนองความต้องการขั้นต่ำของตนเองได้คือพอ เพราะรายได้ที่มีอยู่ยังต้องใช้จ่ายในการกินอยู่ในครอบครัวอันได้แก่ปัจจัยสี่ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ถ้าเป็นเช่นนี้การจูงใจก็คงไร้ผล ดังนั้นการจูงใจจึงต้องคำนึงถึงความพร้อมของบุคคลด้วย ประสิทธิภาพของการจูงใจจึงขึ้นอยู่กับข้อสำคัญที่ว่า เราได้ทำการจูงใจได้ถูกช่วงจังหวะ หรือเหมาะสมกับเงื่อนไขหรือไม่ เช่นการจัดกิจกรรมพิเศษหรือมีรายการพิเศษ ลดราคาอาหาร เครื่องดื่ม มีโชว์การแสดงคอนเสิร์ต คารา คิลปินชื่อดังให้ชม ให้กับนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงสุดสัปดาห์เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการขึ้นมาในระดับหนึ่ง เป็นต้น

2. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

ประวัติความเป็นมา

เจ้าของทฤษฎี คือ อับราฮัม มาสโลว์ ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแบรนดิส ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งขึ้นมา มาสโลว์ระบุว่าบุคคลจะมีความต้องการที่เรียงลำดับจากระดับพื้นฐานมากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐานรากฐานสามข้อ คือ

1) บุคคลคือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ถูกตอบสนองแล้วจะ ไม่เป็นสิ่งจูงใจ

2) ความต้องการของบุคคลจะถูกเรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับชั้น จากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ)

บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับต่อไปเมื่อความต้องการระดับต่ำลงมาได้ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการตอบสนองความต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อน ก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การตอบสนองความต้องการทางสังคม

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการทางร่างกายจะอยู่ลำดับต่ำที่สุด ความต้องการพื้นฐานมากที่สุดที่ระบบโดยมาสโลว์ ความต้องการเหล่านี้จะหมายถึงแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ และที่อยู่อาศัย เพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ บริษัทจะต้องให้เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลที่พวกเขาจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ในทำนองเดียวกันเวลาพักจะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานด้วยที่เปิดโอกาสให้บุคคลตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขาได้ บริษัทมากขึ้นทุกทีกำลังมีโครงการออกกำลังกายนี้จะช่วยให้พนักงานมีสุขภาพดีด้วยการตอบสนองความต้องการทางร่างกายของพวกเขา บุคคลที่หิวจนเกินไปหรือเจ็บป่วยจนเกินไปยากที่จะมีส่วนช่วยต่อบริษัทของพวกเขาได้อย่างเต็มที่ โดยทั่วไปความต้องการทางร่างกายจะถูกตอบสนองด้วยรายได้ที่เพียงพอและสภาพแวดล้อมของงานที่ดี เช่น ห้องน้ำสะอาด แสงสว่างที่เพียงพอ อุณหภูมิที่สบายและการระบายอากาศที่ดี

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการลำดับที่สองของมาสโลว์ จะถูกกระตุ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้วความต้องการความปลอดภัยจะหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ บริษัทสามารถทำได้หลายสิ่งหลายอย่างเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น บริษัทอาจจะให้การประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควร และการยอมให้มีสภาพแรงงาน

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ความต้องการทางสังคมคือ ความต้องการระดับสามที่ระบุโดยมาสโลว์ ความต้องการทางสังคมจะหมายถึงความต้องการที่จะเกี่ยวพัน การมีเพื่อนและการถูกยอมรับโดยบุคคลอื่น เพื่อการตอบสนองความต้องการทางสังคม บริษัทอาจจะกระตุ้นการมีส่วนร่วมภายในกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงของสำนักงาน ทีมฟุตบอลหรือ โบว์ลิ่งของบริษัทจะให้โอกาสของการตอบสนองความต้องการทางสังคมด้วย การเป็นสมาชิกสโมสรของบริษัทจะให้โอกาสที่ดีแก่ผู้บริหารเพื่อ “การสร้างเครือข่าย” กับผู้บริหารคนอื่น ในขณะที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมของพวกเขาได้ด้วย ก่อนหน้านี้เราได้กล่าวถึงโครงการสุขภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้ โครงการสุขภาพนี้สามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมได้ด้วย ความจริงแล้วการทำงานหรือการเล่นกีฬากับเพื่อนร่วมงานจะให้โอกาสที่ดีเยี่ยมต่อการมีเพื่อน การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความต้องการทางสังคมจะถูกกระตุ้นภายใต้สถานะที่ “ความไม่แน่นอนทางองค์กร” มีอยู่ เช่น เมื่อความเป็นไปได้ของการรวมบริษัทได้ถูกความมั่นคงของงานภายใต้สถานะเช่นนี้บุคคลจะแสวงหาความเป็นมิตรจากเพื่อนร่วมงานเพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นไปอยู่

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงคือ ความต้องการระดับที่สี่ ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างการเคารพตนเองและการชมเชยจากบุคคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่นจะเป็นความต้องการประเภทนี้ เช่น พวกเขาอาจจะได้รับเชิญงานเลี้ยงเพื่อที่จะยกย่องความสำเร็จที่ดีเด่น การพิมพ์เรื่องราวภายในจดหมายข่าวของบริษัท เพื่อที่จะพรรณนาความสำเร็จของบุคคล การให้กุญแจห้องน้ำแก่ผู้บริหาร การให้ที่จอดรถยนต์ส่วนบุคคลและการประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ล้วนแต่เป็นตัวอย่างของสิ่งที่สามารถกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การให้รางวัลเป็นนาฬิกาและเพชรแก่การบริการที่ดีและรางวัลราคาถูก เช่น ที-เชิ้ต และเหยือกเบียร์จะมีประโยชน์ต่อการยกย่องด้วย

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด บุคคลมักจะต้องการโอกาสที่จะคิดสร้างสรรค์ภายในงาน หรือพวกเขาอาจจะต้องการความเป็นอิสระและความรับผิดชอบ บริษัทได้พยายามจูงใจบุคคลเหล่านี้ด้วยการเสนอตำแหน่งที่ท้าทายแก่พวกเขา

ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการที่จะบรรลุความสมหวังของตนเองด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะและศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วยความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถของพวกเขา การเปิดโอกาสให้พวกเขาใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือการคิดค้นสิ่งใหม่

มาสโลว์เชื่อว่าความต้องการเหล่านี้จะถูกเรียงลำดับจาก “ต่ำสุด” ไปยัง “สูงสุด” มาสโลว์กล่าวว่า เมื่อต้องการ ณ ระดับ “ต่ำสุด” ร่างกายได้ถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการ ณ ระดับ “สูงขึ้น” ต่อไป ความปลอดภัย จะมีความสำคัญมากที่สุดและต่อไปตามลำดับ ตามทฤษฎีของมาสโลว์แล้ว บุคคลจะถูกจูงใจให้ตอบสนองความต้องการระดับต่ำก่อนที่พวกเขาจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับสูง ยิ่งกว่านั้นเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งถูกตอบสนองแล้วความต้องการนี้จะไม่เป็นสิ่งจูงใจที่มีพลังต่อไปอีก ทฤษฎีของมาสโลว์จะถูกสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานที่ว่าความต้องการที่ยังไม่ได้ถูกตอบสนองจะเป็นปัจจัยที่ปลุกเร้าพฤติกรรมของบุคคล เมื่อความต้องการได้ถูกตอบสนองตามสมควรแล้วความต้องการเหล่านี้จะหยุดเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรม

จากทฤษฎีสามารถสรุปได้ดังนี้ ในการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในสถานประกอบการ ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ ความต้องการในระดับต่ำอาจได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและในส่วนที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป เช่น ในสถานประกอบการจัดให้มีสภาพแวดล้อมของสถานที่ดีแล้ว มีการแบ่งสัดส่วนการทานอาหาร การสนทนา การฟังเพลงคืออยู่แล้ว ฉะนั้น การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดีขึ้นจะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลยเนื่องจากนักท่องเที่ยวยังส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็น ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

กรมการจัดหางาน (2548 : 5-10) ศึกษาเรื่องการประมาณความต้องการแรงงานในประเทศไทย ปี 2547-2551 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงสถานะการจ้างงานของประเทศไทยช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2542-2546) รวมทั้งการพยากรณ์ความต้องการแรงงานรายอุตสาหกรรมช่วง 5 ปี (ปี 2547-2551) ซึ่งในการศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อทำการประมาณการความต้องการแรงงาน โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับการมีงานทำและการว่างงานของประชากร (Labor Force Survey) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และข้อมูลการลงทุน (Capital Stock) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่าจำนวนผู้มีงานทำในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2537-2546 และลดลงมากในปี 2541 โดยในช่วงปี 2540-2541 เป็นช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จำนวนผู้มีงานทำลดลงถึง 0.91 ล้านคน หรือลดลงร้อยละ 2.92 โครงสร้างการจ้างงานในช่วงก่อนและหลังภาวะวิกฤตทาง

เศรษฐกิจรูปแบบการจ้างงานระหว่างภาคเกษตรกรรมและนอกภาคเกษตรกรรมมีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด ซึ่งสัดส่วนการจ้างงานนอกภาคเกษตรกรรมมีทิศทางเพิ่มขึ้นในช่วงหลังภาวะวิกฤต โดยในปี 2542 มีสัดส่วนการจ้างงานนอกภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 55.06 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 54.85 ในปี 2539 และมีสัดส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 58.75 ในปี 2546 ในขณะที่การจ้างงานในภาคเกษตรกรรมลดลงจากร้อยละ 45.39 ในปี 2541 เป็นร้อยละ 41.25 ในปี 2546 นอกจากนี้ยังพบว่าโครงสร้างการผลิตของประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังไม่มีเปลี่ยนแปลงจะเห็นได้จากสถานะเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวจะมีการใช้ทั้งทุนและแรงงานเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันเมื่อเศรษฐกิจหดตัวทั้ง 2 ปัจจัยจะลดลงตามไปด้วย ในการประมาณการกำหนดให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ขยายตัวร้อยละ 6.4 และสต็อกทุน (Capital Stock) ขยายตัวร้อยละ 0.5 จะทำให้มีการจ้างงานทั่วประเทศ ในปี 2547 ประมาณ 34.6 ล้านคน และถ้าให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ขยายตัวร้อยละ 6.0 จะทำให้มีการจ้างงานทั่วประเทศ ในปี 2548 ประมาณ 36.18 ล้านคน ปี 2549 ประมาณ 37.87 ล้านคน ปี 2550 ประมาณ 39.64 ล้านคน และปี 2551 ประมาณ 41.49 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างงานผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประถม-มัธยมศึกษา ร้อยละ 84.43 ของผู้มีงานทำทั้งหมด เมื่อพิจารณาในแต่ละอุตสาหกรรมจะพบว่า อุตสาหกรรมหลักๆ เช่น อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมการก่อสร้าง อุตสาหกรรมการบริการ มีการใช้แรงงานในกลุ่มนี้มากกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนแรงงานที่มีในอุตสาหกรรมนั้นๆ และเมื่อพิจารณาผู้มีงานทำจำแนกตามระดับการศึกษาในแต่ละอุตสาหกรรมจะแสดงผลไม่แตกต่างจากภาพรวมทั้งประเทศมากนัก ยกเว้นอุตสาหกรรมตัวกลางทางการเงิน ที่ต้องการผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสัดส่วนมากที่สุด เนื่องจากลักษณะงานจำเป็นต้องใช้ผู้มีความรู้เฉพาะด้านจึงต้องใช้แรงงานที่สำเร็จการศึกษาในระดับสูง

สุวรรณี ทรงเกียรติ (2547 : 92-101) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการจ้างงานนักคนตรีต่างชาติของผู้ประกอบการด้านบันเทิงในจังหวัดภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้มี 2 แบบ ได้แก่ 1) วิธีวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อการจ้างงาน นักคนตรีต่างชาติมากที่สุด คือ ด้านจรรยาบรรณของนักคนตรีต่างชาติ รองลงมาคือด้านค่าตอบแทนแรงงานของนักคนตรี ด้านปฏิสัมพันธ์ของนักคนตรีต่างชาติต่อนักท่องเที่ยว ด้านค่านิยมของผู้ประกอบการและด้านกฎหมายควบคุมนักคนตรีต่างชาติตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย $R^2 = .992$ 2) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผลวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อการจ้างงาน นักคนตรีต่างชาติ คือ 1) จรรยาบรรณในวิชาชีพคนตรี การมีวินัยในตนเอง ไม่เสพของมีนเมาขณะปฏิบัติงาน มีสัมมาคารวะ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย 2) ภาษาของนักร้อง นักคนตรีต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสารส่วนภาษาอื่นๆ บางภาษาก็มีความจำเป็นสำหรับการแสดงคอนเสิร์ตอาชีพในสถานบันเทิงที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) การแสดงออกหน้าเวที โดยการใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจะมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 4) ต้องกล้า

แสดงออก ด้านการสื่อสารหน้าเวที มีความสามารถในการบรรเลงเพลงได้หลายแนว และบรรเลงเพลงตาม คำขอของแขกได้

พิศมัย จตุรรัตน์ (2546 : 76) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็น กลุ่มตัวอย่างนั้นประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวในภาคใต้มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจ นำเที่ยวจากนิตยสาร จำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ 2 ครั้งต่อปี ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแต่ละครั้งจะประมาณ 5 วันต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ คือ 3,001-6,000 บาท ส่วนความพึงพอใจในด้านต่างๆ อันประกอบไปด้วย ด้านมัคคุเทศก์ ด้านพนักงานต้อนรับในสำนักงาน ด้านพนักงานขับรถ ด้านยานพาหนะ ด้านสถานที่พัก และด้านอาหาร นักท่องเที่ยวให้ คะแนนความพึงพอใจสำหรับด้านมัคคุเทศก์สูงที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับการบริการจาก มัคคุเทศก์ตลอดการเดินทาง ทำให้ความรู้ความสามารถในการนำเที่ยว การมีมารยาทในการพูดและการเอา ใจใส่นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

สิทธิพงษ์ คงแป้น (2543 : 98) ผลการศึกษาเรื่องรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในส่วนแรกพบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้น จาก 127,801.98 ล้านบาท ในปี 2536 เป็น 323,483.96 ล้านบาท ในปี 2545 มีอัตราการเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 10.43 ต่อปี จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญและมีผลกระทบต่ออย่างมาคราย ได้ประชาชนชาติของประเทศ ผลการ ศึกษาที่ส่วนที่ 2 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2541 จำนวน 242,177.29 ล้านบาท ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผลผลิตและการจ้างงานของประเทศ ด้านการผลิตสินค้าและบริการพบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบเชื่อมโยงไปข้างหลัง โดยรายได้จาก การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้นทั้งหมด 534,406.09 ล้านบาท สาขาที่มีผลผลิต ทั้งหมดมากที่สุดคือ สาขาภัตตาคารและโรงแรม

อาชวพล สุขสมเพียร (2540 : 11-14) ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวเดินป่า กรณีศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาความพึง พอใจต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์เดินป่าและบริษัทนำเที่ยวเดินป่าในเขตจังหวัดเชียงใหม่รวมถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการให้ บริการผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์เดินป่าใน ระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวเดินป่าระดับพึงพอใจ มากเช่นกัน นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังให้ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงแนวทางการ ปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์เดินป่าและบริษัทนำเที่ยวเดินป่า คือ ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบข้อเท็จจริงเส้นทางเดินป่าและสามารถทำโปรแกรมการเดินป่าได้จริง ปรับปรุงสถานที่พัก แรมและยานพาหนะให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่ ของรัฐที่มีหน้าที่ประสานความร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาต่างๆของการจัดการท่องเที่ยวเดินป่าต่อไป

ชวงศ์ ฉายะบุตร (2536 : 11-14) ได้ศึกษาหลักการให้บริการแบบครบวงจร หรือการพัฒนาการให้บริการเชิงรุกพบว่าจะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่าหลัก Package Service ข้าราชการมีทัศนคติว่า การให้บริการจะต้องเริ่มต้นก็ต่อเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการมากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการ มักเป็นไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลยพินิจของหน่วยงาน หรือการปกป้องตัวข้าราชการเองมีลักษณะที่เน้นการควบคุมมากกว่าการส่งเสริมการติดต่อราชการจึงต้องใช้หลักฐานเอกสารต่างๆเป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอนซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจรคือการมุ่งประโยชน์ของประชาชนผู้รับบริการ ทั้งผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญซึ่งมีลักษณะคือ ข้าราชการจะต้องถือว่าการให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุมผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรได้รับบริการทุกคน การกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติและและการใช้ดุลยพินิจจะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่า มีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกันมีสิทธิที่จะรับรู้ ให้ความเห็นหรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่ ความเร็วในการให้บริการ สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกับสังคมอื่นๆอยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดกั้นในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการกระจายอำนาจหรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนา หรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าและเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้นระบบราชการจำเป็นต้องตั้งเป้าหมายในอันที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้นซึ่งอาจจะกระทำได้โดยการพัฒนาข้าราชการให้มีทัศนคติมีความรู้ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญ มีความกระตือรือร้นและกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจของตนการกระจายอำนาจหรือมอบอำนาจให้มากขึ้นและปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีวิจัยทางสังคมวิทยา เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลงานวิจัย เอกสาร ตำราต่างๆที่เกี่ยวข้องและออกปฏิบัติการภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมทั่วไปในเขตอำเภอหาดใหญ่ เพื่อศึกษาสภาพสถานประกอบการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary) และทำการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยใช้แบบสอบถามเชิงสัมภาษณ์ และใช้สถิติประเภทเชิงพรรณนาจากข้อมูลเชิงคุณภาพให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคั้งขึ้นตอนต่อไป

ขอบเขตในการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา
2. ด้านระยะเวลา
3. วิธีวิจัย
4. ด้านพื้นที่
5. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอบเขตในการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาในการวิจัยดังนี้

1) เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้แก่

(1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

(2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

(3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2) เนื้อหาที่จะนำไปสู่แนวการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

(1) องค์ความรู้เกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นโยบายแห่งรัฐกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สภาพสังคมและวัฒนธรรมภาคใต้ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่

(2) การศึกษา มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

- แนวทาง (กระบวนการ) ได้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
- การปฏิบัติ ดำรง สัมภาษณ์ สังเกต
- การประเมินผลการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ
- สัมมนา รูปแบบแนวทางการพัฒนา

2. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการวิจัย ผู้วิจัยได้วางแผน โดยการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจข้อมูลเบื้องต้น การสร้างเครื่องมือ การเก็บข้อมูลภาคสนาม การรวบรวมข้อมูล การจัดการข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล มาปรับปรุงวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลอภิปราย และข้อเสนอแนะ โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ในช่วงเวลา 24 เดือน เริ่มจากที่ได้รับพิจารณาสัญญา ตั้งแต่ธันวาคม 2550 - ธันวาคม 2552 ดังนี้

แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

(1) นำผลสรุปจากการวิจัยไปเสวนาในกลุ่มนักคนตรีสมาคมคนตรีสถาบันการศึกษาสถานบันด้านกฎหมายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบบริการคนตรีในสถานบันเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(2) เผยแพร่ผลการวิจัยสู่สถาบันการศึกษาในประเทศ

3. วิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ 2 วิธี คือ 1) ใช้วิธีการวิจัยสถิติเชิงคุณภาพโดยการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจในการให้บริการคนตรีในสถานประกอบการและ 2) ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยการสำรวจ สัมภาษณ์ สังเกต การสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ซึ่งแนวทางการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. ด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยคือพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การเลือกพื้นที่ มีความสำคัญต่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงและเพียงพอแก่การอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการวิจัย ลักษณะพื้นที่จะต้องสอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ปัญหาการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งในการกำหนดกลุ่มพื้นที่วิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบเจาะจง (<http://www.hatyaicity.go.th>, สิงหาคม : 2551) โดยมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนดังนี้

- 1) เป็นเมืองที่มีความเจริญด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว และรายได้ท้องถิ่นส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว (<http://www.hatyaicity.go.th>, สิงหาคม : 2551)
- 2) เป็นเมืองท่องเที่ยวธรรมชาติมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- 3) เป็นเส้นทาง “อีโก้ทัวร์” สงขลา-สตูล เจาะตลาดใหม่ยุโรป-ออสเตรเลีย ท่องวิถีชีวิต “โหนด-นา-เล” บนคาบสมุทรสงขลาเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จ.สตูล ซึ่งจะมีการเปิดตัวครั้งแรกในงาน TTM เมืองทองธานี ภายได้ความร่วมมือของ IMT-GT ที่ผลักดันเป็นปีท่องเที่ยวการท่องเที่ยว โดยร่วมเชื่อมเส้นทางระหว่าง ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก
- 4) เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชย์กรรมระดับภาคใต้
- 5) เป็นศูนย์กลางการบริการ และท่องเที่ยวสำหรับโครงการสาธารณะภาคใต้
- 6) เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมมีท่าอากาศยานหาดใหญ่ ได้รับการยกฐานะเป็นท่าอากาศยานนานาชาติ
- 7) เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบอันเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
- 8) เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
- 9) เป็นเมืองที่ให้ความร่วมมือกับการวิจัย

สถานประกอบการ ที่เลือกทำวิจัย

ในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างของสถานประกอบการที่มีการจัดการการบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้กำหนดพื้นที่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

- 1) เป็นสถานประกอบการที่มีการจัดการบริการคนตรี โดยมีนักคนตรีบรรเลงคนตรีภายในวงมากกว่า 2 คนขึ้นไป เพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยว
- 2) สถานประกอบการมีการจัดการหมุนเวียนวงคนตรีเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวมากกว่า 2 วง ต่อคืน
- 3) สถานประกอบการสามารถบรรจุนักท่องเที่ยว ไว้ 3 ขนาดดังนี้
 - ขนาดเล็ก จำนวนคนที่รับได้ 1-50 คน
 - ขนาดกลาง จำนวนคนที่รับได้ 51-99 คน
 - ขนาดใหญ่ จำนวนคนที่รับได้ 100 คนขึ้นไป
- 4) สถานประกอบการตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่
- 5) เป็นสถานประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการวิจัย

5. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชาวไทยและต่างประเทศ นักคนตรี นักวิชาการ นักวิชาการคนตรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมคนตรีแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการ สถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนสาขาวิชาคนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาลนครหาดใหญ่ ตำรวจภูธร

2) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน เลือกแบบเจาะจงประกอบด้วย

(1) กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) เป็นกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลหลักและความสำคัญเกี่ยวกับ การจัดการ การบริการคนตรี วงคนตรี ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาคารสถานบริการ รูปแบบการบริการที่ดี อันจะนำไปสู่แนวทางการสร้างเกณฑ์มาตรฐานการบริการคนตรีในสถานบริการให้มีระเบียบทางสังคมมากขึ้น จำนวน 20 คน แบ่งออกดังนี้

- นักวิชาการ นักคนตรี จำนวน 5 คน
- ประธานสมาคม จำนวน 5 คน
- เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ 5 คน
- ผู้ประกอบการ 5 คน

(2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการธุรกิจสถานประกอบการ ได้แก่ นักคนตรี นักท่องเที่ยว พนักงานบริการ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองหาดใหญ่ หรือตัวแทนภาครัฐและเอกชน จำนวน 80 คน

เป็นการสะท้อนความเป็นจริงให้เห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุดเพื่อจะได้หาแนวทางพัฒนาถึงคุณ
นักท่องเที่ยวยุคสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป

(3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ที่
ขึ้นขอบท่องเที่ยวชมราตรีและขอบฟังเพลง จำนวน 200 คน ได้แก่ นักดนตรี นักท่องเที่ยว พนักงาน
บริการ และหาข้อค้นพบเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความพึงพอใจสถานประกอบการที่จัดบริการ
ดนตรี อันจะนำไปสู่การบริหารจัดการ การสร้างมาตรฐานการบริการดนตรีในสถานประกอบการ
และการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้รูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

(Qualitative Research) โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) แบบสำรวจเบื้องต้น (Basic Survey)
- 2) แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview)
- 3) แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)
- 4) แบบสังเกต (Observation) เป็นแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation)
- 5) แนวทางสนทนากลุ่ม (Focused Group Discussion)
- 6) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสภาพ กลุ่มผู้ปฏิบัติของ
และ แบบสอบถามในการทำสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ระดับลึก ดังนี้

1) องค์ประกอบของคำถาม แบบสอบถามสภาพ กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ นักท่องเที่ยวพนักงาน
ในสถานประกอบการ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สมาคมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบเลือกตอบ (Multiple Choice Question) ที่มีโครงสร้างเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ
บริการดนตรีให้ได้มาตรฐานเพื่อส่งเสริมธุรกิจการบริการนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ
มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|---------|----------------------|
| ระดับ 5 | หมายถึง | มีความสำคัญมากที่สุด |
| ระดับ 4 | หมายถึง | มีความสำคัญมาก |
| ระดับ 3 | หมายถึง | มีความสำคัญปานกลาง |
| ระดับ 2 | หมายถึง | มีความสำคัญน้อย |
| ระดับ 1 | หมายถึง | มีอิทธิพลน้อยที่สุด |

การอภิปรายผลสำหรับคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	แสดงว่ามีความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	แสดงว่ามีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	แสดงว่ามีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	แสดงว่ามีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	แสดงว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด

3) แนวคำถามในการทำสนทนากลุ่ม และสัมภาษณ์ระดับลึก ใช้แนวคำถามพูดคุยในการทำสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ระดับลึก โดยเป็นแนวคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นในการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรี แนวโน้มของความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคของการบริการ ข้อดี ข้อเสีย เพื่อเป็นประโยชน์และการพัฒนา อาชีพนักคนตรีและผู้ประกอบการธุรกิจสถานบันเทิง อย่างเหมาะสมและให้ได้มาตรฐานสากลและขยายโอกาสการมีงานทำและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4) ใช้โปรแกรม Microsoft office Excel 2003 ในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าและแปลผลความพึงพอใจ

5) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นสถิติพื้นฐานประเภทสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้ ตาราง 4 ข้อมูลสถิติประเภทข้อมูลเชิงคุณภาพกับข้อมูลเชิงปริมาณ

	ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)	ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)
วิธีการ	นับ (Counted)	ชั่ง ตวง วัด (Measurement)
ข้อมูลที่ได้	จำนวนเต็ม (Discrete Variable)	ค่าต่อเนื่อง (Continuous Variable)
สรุปข้อมูล	อัตราส่วน (Ratio) สัดส่วน (Proportion) ร้อยละ (Percentage)	Mean Median Mode
การนำเสนอ	ตาราง (Table) แผนภูมิรูปภาพ (Pictogram) แผนภูมิแท่ง (Bar diagram) แผนภูมิแท่งชนิดสัดส่วน (Proportional Bar diagram)	Histogram Freq Polygon Cumulative Frequency

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.1 ร้อยละ

1.2 ค่าเฉลี่ย (สุภา ศีตศร, 2545 : 143)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

โดยกำหนดให้ X = ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (สุภา ศีตศร, 2545 : 160)

$$\text{สูตร } S.D. = \sqrt{\frac{N\sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารงานวิจัย หรือที่มีการศึกษาไว้ในประเด็นที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจ การบริหารจัดการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์เพลง แนวทางการสร้างมาตรฐานบริการเป็นข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ที่ทำการศึกษา โดยค้นคว้าเอกสารทั้งที่เป็นเอกสารปฐมภูมิหรือทุติยภูมิ จากหน่วยราชการ สถาบันการศึกษา เอกชน ประเภทหนังสือ ตำรา รายงานการประชุม งานวิจัย ปรวิญญาณิพนธ์ ภาคนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ อินเทอร์เน็ตและวีดิทัศน์ โดยรวบรวมแยกประเด็นไว้ตามเนื้อหา

(2) การเก็บข้อมูลจากภาคสนามเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากพื้นที่ทำการศึกษาวิจัย โดยวิธีการสำรวจเบื้องต้น (Basic Survey) สัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการ (Formal Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

(Participant Observation) และการสนทนากลุ่ม (Focused Group) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

1. การสำรวจเบื้องต้น โดยการขอความร่วมมือ เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพ ที่ตั้ง ขนาด ของสถานประกอบการที่จัดบริการคนตรี ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถจะติดต่อได้

2. การสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์ที่มีความรู้ ความชำนาญ ความเข้าใจ ผู้ที่เกี่ยวข้อง แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบเลือกตอบ (Multiple Choice Question) ที่มีโครงสร้างเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีให้ได้มาตรฐานเพื่อส่งเสริมธุรกิจการบริการนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

3. การสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์กับ กลุ่มผู้รู้ นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้อง และสภาพของอาคารสถานที่ที่จัดบริการให้เป็นไปตามความเป็นจริงมากที่สุด ตลอดจนแนวโน้มการสร้างเกณฑ์มาตรฐานการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในอนาคต

4. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการสังเกตสภาพทั่วไปภายในสถานบริการ และเหตุการณ์ทั่วไปของชุมชนโดยรอบของสถานบริการที่ทำการศึกษาวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพทั่วไป การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยเข้าร่วมกิจกรรม การพูดคุยแ่งตัวเป็นนักท่องเที่ยวโดยไม่แสดงตนว่าเข้าไปสังเกตในฐานะนักวิจัย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักไม่ให้ความร่วมมือหากรู้ว่ามีการเข้าไปสำรวจ โดยนักวิจัยซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ในการประกอบธุรกิจได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด ตามความมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย

5. การสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการ นักคนตรี สมาคมนักคนตรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมืองหาดใหญ่ สมาคมนันทิง เทศบาลเมืองหาดใหญ่ ดำรงภูธรเมืองหาดใหญ่ ผู้บริหารการศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการบริการคนตรีในสถานประกอบการ จัดสนทนากลุ่มโดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 7-8 คน เพื่อปรึกษาหารือและหาข้อสรุป ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจในการจัดแสดงคนตรี ตลอดจนหาข้อสรุปอันจะนำไปสู่การปฏิบัติ หรือแนวทางการสร้างเกณฑ์มาตรฐานการจัดการบริการคนตรีเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพื่อมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่

6. การประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยใช้กับผู้จัดการสถานประกอบการ ผู้รู้ นักวิชาการ นักธุรกิจ เทศบาลเมืองหาดใหญ่ และผู้ที่เกี่ยวข้องนำเสนอและตรวจสอบแนวทางการสร้างเกณฑ์มาตรฐานการจัดบริการคนตรีในสถานประกอบการที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1) การจัดกระทำข้อมูล

1. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารต่าง ๆ มาศึกษาอย่างละเอียด พร้อมจัดระบบหมวดหมู่ ตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้

2. นำข้อมูลจากภาคสนามที่เก็บรวบรวมได้จากสำรวจเบื้องต้น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ซึ่งได้จดบันทึกไว้และในฉบับบันทึกเสียงมาถอดความ มาแยกประเภท จัดหมวดหมู่และสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัย หากมีข้อมูลที่จำเป็นต้องตรวจสอบใหม่จะต้องกลับไปเข้าสนามอีกครั้งเพื่อความถูกต้อง ใช้โปรแกรม Microsoft Office Excel 2003 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าและแปลผลความพึงพอใจ

3. นำข้อมูลทั้งที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่รวบรวมได้จากสำรวจเบื้องต้น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้วิธี Investigator Triangulation โดยการนำข้อมูลไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านหรือกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง และใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ Denzin (1970) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกันคือ (สุภางค์ จันทวานิช. 2546 : 129-130)

3.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีตรวจสอบคือการสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่มาที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่

3.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกต แทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตโดยตลอด

3.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

3.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกตการณ์สัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ตามแนวคิดของสฎางค์ จันทวานิช (2546 : 131 - 137) ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) คือ วิธีตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น เช่น สภาพของอาคาร สถานที่ ขนาดของสถานประกอบการที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ สภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการบริการคนตรี สภาพของนักคนตรี ประเภทคนตรี แนวเพลงคนตรีวิธีการแสดง ความเป็นอยู่เป็นต้น เมื่อนักวิจัยได้เห็นรูปธรรมหรือเหตุการณ์หลายๆ เหตุการณ์ แล้วก็ลงมือสร้างข้อสรุป ถ้าข้อสรุปนั้นยังไม่ได้รับการตรวจสอบยืนยันก็ถือเป็นสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) ถ้าหากได้รับการยืนยันแล้วก็ถือเป็นข้อสรุป เช่น สภาพอาคารสถานที่เป็นอย่างไร สภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างไร สภาพนักคนตรีวงคนตรีเป็นอย่างไร การเลือกเวลาในการปฏิบัติมีลักษณะอย่างไรเพื่อใคร เพราะอะไรจึงทำ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) คือ การจำแนกข้อมูลเป็นชนิด ๆ (Typologies) ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกันไป โดยการใช้วัฒนธรรมและแนวคิดและทฤษฎีเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ถึงการจัดระเบียบทางสังคม การทำหน้าที่ของระบบย่อยแต่ละ โครงสร้างทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับสถานบริการที่จัดบริการคนตรี วิเคราะห์บทบาทของสถานบันเทิงที่ช่วยผ่อนคลายให้กับนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชน รวมถึงแนวทางการพัฒนาโดยมีกรอบ ดังนี้

2.1 การกระทำ (Acts) คือ เหตุการณ์หรือสถานการณ์หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ไม่ยาวนานหรือต่อเนื่อง

2.2 กิจกรรม (Activities) คือ เหตุการณ์หรือสถานการณ์หรือขนบธรรมเนียมประเพณี ที่เกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง และมีความผูกพันกับบุคคลบางคนหรือบางกลุ่ม

2.3 ความหมาย (Meanings) คือ การที่บุคคลอธิบายหรือสื่อสารหรือให้ความหมายเกี่ยวกับการกระทำและหรือกิจกรรม อาจเป็นการให้ความหมายในลักษณะเกี่ยวกับโลกทัศน์ ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน

2.4 ความสัมพันธ์ (Relationship) คือ ความเกี่ยวข้องระหว่างบุคคลหลายๆ คน ในสังคมที่ศึกษาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อาจเป็นรูปของการเข้ากันได้หรือความขัดแย้งก็ได้

2.5 การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) คือ การที่บุคคลมีความผูกพันและเข้าร่วมกิจกรรม หรือมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2.6 สภาพสังคม (Setting) คือ สถานการณ์หรือสภาพการณ์ที่การกระทำหรือกิจกรรมที่ทำการศึกษาก่อเกิดอยู่

4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยเริ่มจากการเตรียมเนื้อหาให้ครบตามความมุ่งหมายของการวิจัย วางเค้าโครงของการเขียนรายงานแล้วจึงลงมือเขียนโดยเน้นที่ความถูกต้องรัดกุม ชัดเจน มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน พร้อมตารางและภาพประกอบบางช่วงบางตอน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้สถิติ ประเภทเชิงพรรณนาจากข้อมูลเชิงคุณภาพ แบบสอบถามเชิงสัมพัทธ์ ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาซึ่งจะได้นำแสดงลำดับ ขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ผลการศึกษา
2. แนวทางการพัฒนา

ตอนที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ผลการศึกษา
2. แนวทางการพัฒนา

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ผลการศึกษา
2. แนวทางการพัฒนา

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผลการศึกษา เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลสถิติ และ
2. แนวทางการพัฒนาการจัดอาคารสถานที่ที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการจัดบริการคนตรี

1. ผลการศึกษา

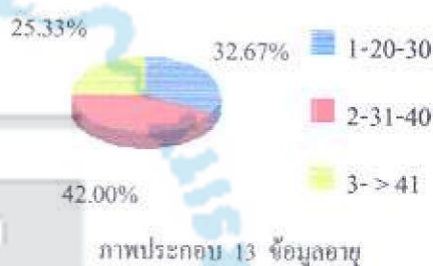
จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี มีดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

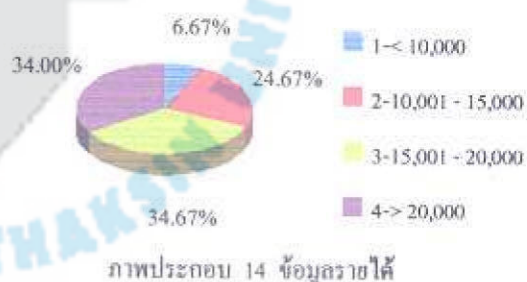
ตาราง 5 ข้อมูลเพศ	ผลรวม	ร้อยละ
1. ชาย	206	68.67
2. หญิง	94	31.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



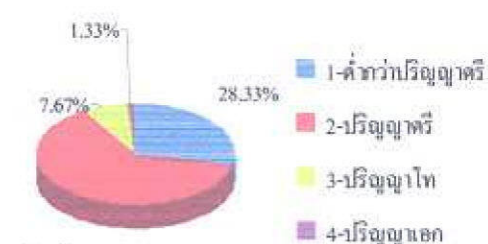
ตาราง 6 ข้อมูลอายุ	ผลรวม	ร้อยละ
1. 20-30	98	32.67
2. 31-40	126	42.00
3. > 41	76	25.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ตาราง 7 ข้อมูลรายได้	ผลรวม	ร้อยละ
1. < 10,000	20	6.67
2. 10,001 - 15,000	74	24.67
3. 15,001 - 20,000	104	34.67
4. > 20,000	102	34.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00

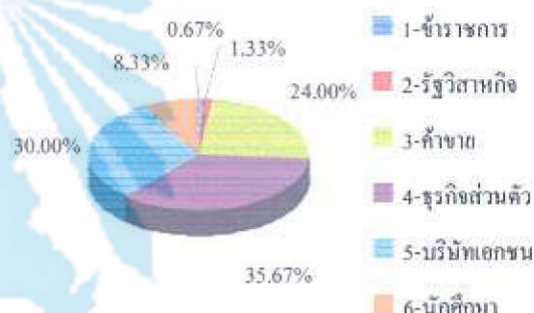


ตาราง 8 ข้อมูลการศึกษา	ผลรวม	ร้อยละ
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	28.33
2. ปริญญาตรี	188	62.67
3. ปริญญาโท	23	7.67
4. ปริญญาเอก	4	1.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 15 ข้อมูลการศึกษา

ตาราง 9 ข้อมูลอาชีพ	ผลรวม	ร้อยละ
1. ข้าราชการ	2	0.67
2. รัฐวิสาหกิจ	4	1.33
3. กิจาชา	72	24.00
4. ธุรกิจส่วนตัว	107	35.67
5. บริษัทเอกชน	90	30.00
6. นักศึกษา	25	8.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 16 ข้อมูลอาชีพ

ตาราง 10 ข้อมูลสถานภาพ	ผลรวม	ร้อยละ
1. โสด	188	62.67
2. สมรส	84	28.00
3. อื่น ๆ	28	9.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 17 ข้อมูลสถานภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวภาคสนามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 68.67 มาท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 31.33 นักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 20-30 ปี เข้ามาท่องเที่ยวร้อยละ 32.67 ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ห้ามเข้าสถานบริการเป็นไปตามพระราชบัญญัติ ปี 2509 นักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 31-40 ปี เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 42 นักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไปเข้ามาท่องเที่ยวร้อยละ 25.33 นักท่องเที่ยวมีรายได้อยู่ที่ประมาณ 15,000 – 20,000 บาท เข้ามาเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 34.67 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ที่ประมาณ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 34 รองลงมาอยู่ที่ 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 24.67 ท้ายสุดคืออยู่ที่ 10,000 บาท ร้อยละ 6.67 สำหรับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 62.67 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

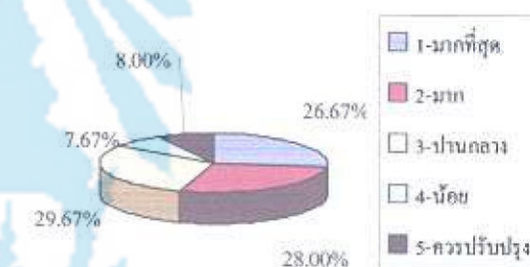
ร้อยละ 28.33 ระดับปริญญาโทร้อยละ 7.67 และปริญญาเอกซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุดร้อยละ 1.33 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เป็นของตนเองมาใช้บริการมากที่สุดร้อยละ 35.67 อาชีพบริษัทเอกชนร้อยละ 30 อาชีพค้าขายร้อยละ 24 อาชีพนักศึกษาร้อยละ 8.33 อาชีพรัฐวิสาหกิจร้อยละ 1.33 อาชีพราชการน้อยที่สุดร้อยละ 0.67 สถานภาพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดร้อยละ 62.67 สมรสแล้วร้อยละ 28 และเป็นแม่หย่าร้างอื่นๆร้อยละ 9.33

1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการดนตรี

1) ห้องจัดแสดง

(1) การตกแต่งภายใน

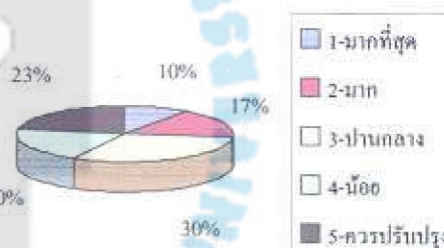
ตาราง 11 การตกแต่งภายใน		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	80	26.67
2. มาก	84	28.00
3. ปานกลาง	89	29.67
4. น้อย	23	7.67
5. ควรปรับปรุง	24	8.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 18 การตกแต่งภายใน

(2) สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย

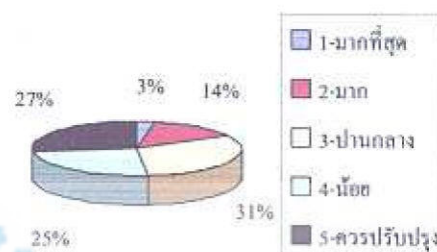
ตาราง 12 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	29	9.67
2. มาก	51	17.00
3. ปานกลาง	93	31.00
4. น้อย	59	19.67
5. ควรปรับปรุง	68	22.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 19 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย

(3) ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว

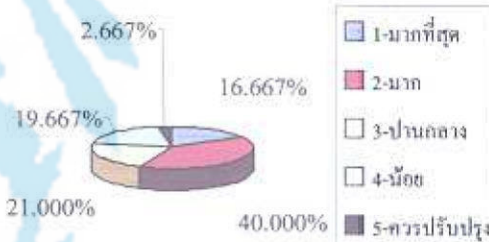
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	8	2.67
2. มาก	42	14.00
3. ปานกลาง	95	31.67
4. น้อย	74	24.67
5. ควรปรับปรุง	81	27.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 20 ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว

(4) ความปลอดภัยในการใช้บริการ

ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	50	16.67
2. มาก	120	40.00
3. ปานกลาง	63	21.00
4. น้อย	59	19.67
5. ควรปรับปรุง	8	2.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 21 ความปลอดภัยในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ด้านห้องจัดแสดงตามตารางดังนี้

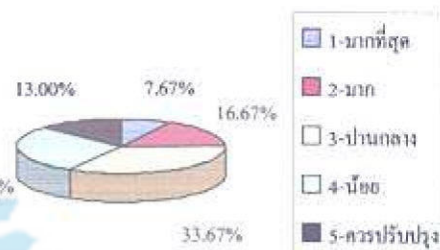
	ระดับความพึงพอใจ				n	Mean	S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย				
1. ห้องจัดแสดง								
1.1 การตกแต่งภายใน	80	84	89	23	24	3.58	1.79	ระดับมาก
1.2 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย	29	51	93	59	68	2.71	1.89	ระดับปานกลาง
1.3 ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว	8	42	95	74	81	2.41	1.66	ระดับน้อย
1.4 ความปลอดภัยในการใช้บริการ	50	120	63	59	8	3.48	1.60	ระดับมาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุดพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.41) ความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48)

2) ห้องน้ำ

(1) ความสะอาดของห้องน้ำ

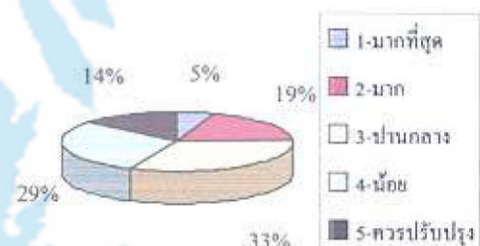
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	23	7.67
2. มาก	50	16.67
3. ปานกลาง	101	33.67
4. น้อย	87	29.00
5. ควรปรับปรุง	39	13.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 22 ความสะอาดของห้องน้ำ

(2) มีห้องน้ำบริการเพียงพอ

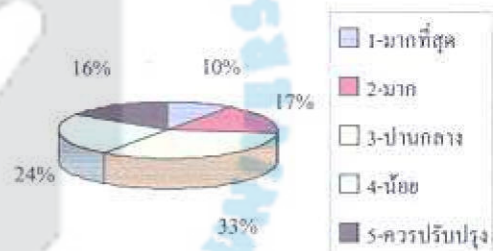
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	16	5.33
2. มาก	56	18.67
3. ปานกลาง	98	32.67
4. น้อย	88	29.33
5. ควรปรับปรุง	42	14.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 23 มีห้องน้ำบริการเพียงพอ

(3) มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำ

ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	29	9.67
2. มาก	51	17.00
3. ปานกลาง	100	33.33
4. น้อย	72	24.00
5. ควรปรับปรุง	48	16.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 24 มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ด้านห้องน้ำตามตารางดังนี้

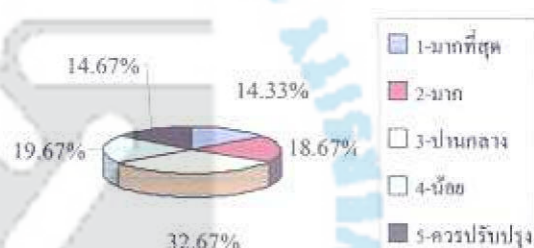
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	Mean	S.D.	แปลผล
2.1 ความสะอาดของห้องน้ำ	80	84	89	23	24	2.77	1.67	ระดับปานกลาง
2.2 มีห้องน้ำบริการเพียงพอ	29	51	93	59	68	2.72	1.63	ระดับปานกลาง
2.3 มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำ	8	42	95	74	81	2.80	1.78	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในด้านห้องน้ำโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุดพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) มีห้องน้ำบริการเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80)

3) สถานที่ภายนอกตัวอาคาร

(1) ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม

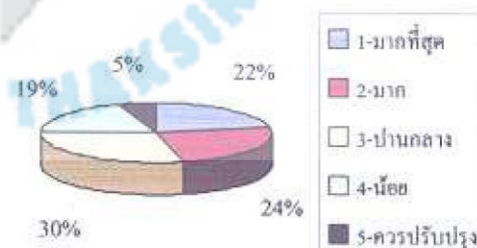
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	43	14.33
2. มาก	56	18.67
3. ปานกลาง	98	32.67
4. น้อย	59	19.67
5. ควรปรับปรุง	44	14.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 25 ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม

(2) เส้นทางสะดวก

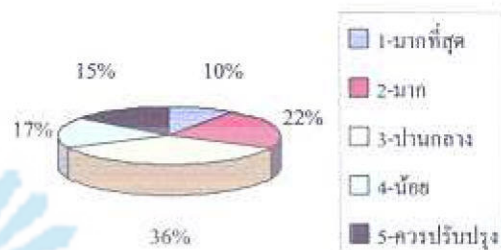
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	66	22.00
2. มาก	72	24.00
3. ปานกลาง	89	29.67
4. น้อย	57	19.00
5. ควรปรับปรุง	16	5.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 26 เส้นทางสะดวก

(3) มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน

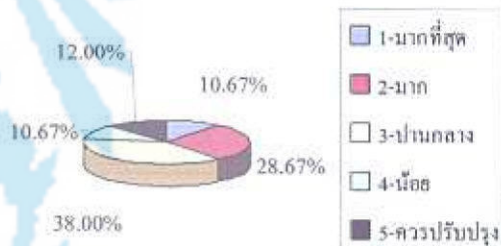
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	29	9.67
2. มาก	66	22.00
3. ปานกลาง	110	36.67
4. น้อย	51	17.00
5. ควรปรับปรุง	44	14.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 27 มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน

(4) มีความปลอดภัยในการใช้บริการ

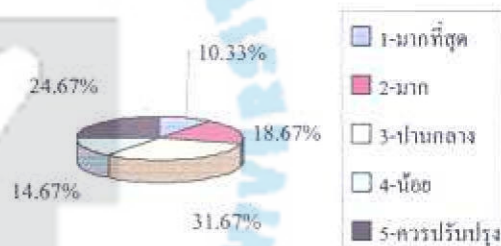
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	32	10.67
2. มาก	86	28.67
3. ปานกลาง	114	38.00
4. น้อย	32	10.67
5. ควรปรับปรุง	36	12.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 28 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ

(5) สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย

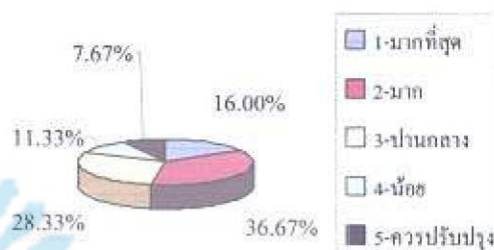
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	31	10.33
2. มาก	56	18.67
3. ปานกลาง	95	31.67
4. น้อย	44	14.67
5. ควรปรับปรุง	74	24.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 29 สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย

(6) ตกแต่งภายนอกร้าน

ตาราง 25 ตกแต่งภายนอกร้าน		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	48	16.00
2. มาก	110	36.67
3. ปานกลาง	85	28.33
4. น้อย	34	11.33
5. ควรปรับปรุง	23	7.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 30 ตกแต่งภายนอกร้าน

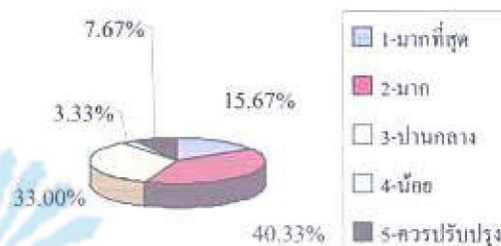
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ด้านสถานที่ภายนอกตัวอาคารตามตารางดังนี้

ตาราง 26 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวความความที่พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการคนตรี								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง	Mean	S.D.	แปลผล
3. สถานที่ภายนอกตัวอาคาร								
3.1 ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม	43	56	98	59	44	2.98	1.87	ระดับปานกลาง
3.2 เดินทางสะดวก	66	72	89	57	16	3.38	1.76	ระดับปานกลาง
3.3 มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน	29	66	110	51	44	2.95	1.75	ระดับปานกลาง
3.4 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ	32	86	114	32	36	3.15	1.79	ระดับปานกลาง
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย	31	56	95	44	74	2.75	1.94	ระดับปานกลาง
3.6 ตกแต่งภายนอกร้าน	48	110	85	34	23	3.42	1.68	ระดับมาก

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในด้านสถานที่ภายนอกตัวอาคาร โดยเรียงลำดับจากค่ามากที่สุดไปน้อยที่สุดพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับร้านที่ตั้งในทำเลที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) เดินทางสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้านอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) มีความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตกแต่งภายนอกร้านอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

4) โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจ

ตาราง 27 โดยภาพรวมทั้งหมด		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	47	15.67
2. มาก	121	40.33
3. ปานกลาง	99	33.00
4. น้อย	10	3.33
5. ควรปรับปรุง	23	7.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 31 โดยภาพรวมทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการดนตรี โดยภาพรวมทั้งหมดตามตารางดังนี้

ตาราง 28 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการดนตรี								
4. โดยภาพรวมทั้งหมด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง	Mean	S.D.	แปลผล
โดยภาพรวมทั้งหมด	47	121	99	10	23	3.53	1.57	ระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่โดยภาพรวมทั้งหมดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการจัดบริการดนตรี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวย เช่น สะดวกในการเดินทางมากกว่า มีรายได้เพียงพอสำหรับการหาความสุขพักผ่อนในสถานบันเทิง ต้องการพบปะเพื่อนฝูงหาความสนุกสนาน พุดคุยกับเพศตรงข้าม ฟังเพลง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวผู้ชายปฏิบัติได้โดยไม่เสื่อมเสียมากกว่าเพศหญิงในสังคมไทย สำหรับอายุนักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 31-40 ปี เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดเนื่องจากอยู่ในวัยที่พลังกำลังแข็งแรงและเริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง ส่วนช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไปเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนน้อยเนื่องจากผู้สูงอายุมีสุขภาพไม่ค่อยแข็งแรง แต่ในบางสถานที่จะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใหญ่โดยเฉพาะเช่น ร้านเดอะวัน คลับ (The One Club) หรืออีกปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคัดแยกนักท่องเที่ยวก็คือแนวเพลงที่บรรเลงในสถานประกอบการนั่นเอง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีรสนิยมชื่นชอบในแนวเพลงเพื่อชีวิตนักท่องเที่ยวก็จะนิยมเข้าไปใช้บริการเช่น ร้านหัวนแดง หรือถ้าชอบแนวเพลงร็อก รุนแรง ชอบแสวง สี เสียง ซึ่งส่วนใหญ่

เป็นกลุ่มของวัยรุ่นอายุ 20-30 ปี ก็จะเลือกเข้าไปท่องเที่ยวในสถานบริการนั้นๆ เช่นร้าน โซตัส คับ (Sotus Pubb) เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ที่ไม่ได้กล่าวถึงจะมีลักษณะที่ซ้ำหรือคล้ายคลึงกันในรูปแบบการบริการคนตรี สำหรับร้านที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซียได้แก่ร้านโพสเรเซอร์ (Post Laserdisc) ร้านที่นักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาตินิยมเข้าได้แก่ร้านดีฟวันเดอร์ (Deep Wonder) เป็นต้น ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ห้ามเข้าสถานบริการเป็นไปตามพระราชบัญญัติปี 2547 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีเนื่องจากสภาพแวดล้อมในเมืองหาดใหญ่มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงรับพระราชทานปริญญาบัตรสถาบันแห่งนี้จะฝึกักเป็นพิเศษ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เป็นของตนเองลดหลั่นตามลำดับเป็นค้ำขาย บริษัทเอกชน โดยเฉพาะนักธุรกิจที่มาจากประเทศมาเลเซียที่นิยมมาท่องเที่ยวในสถานบันเทิงหาดใหญ่ รองลงมารัฐวิสาหกิจ นักศึกษาสุดท้ายเป็นอาชีพข้าราชการ สำหรับสถานภาพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่าโสด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศชาย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการตกแต่งภายในห้องจัดแสดงโดยรวมอยู่ในระดับมาก สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับปานกลาง ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยสรุปแล้วความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการสถานที่ในการจัดบริการคนตรีอยู่ในเกณฑ์ดีค่อนข้างสูง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการบริการห้องน้ำ พบว่า ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง มีห้องน้ำบริการเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง มีการแบ่งแยกห้องน้ำชายหญิงอย่างเป็นสัดส่วน แสงสว่างเพียงพอ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดการสถานที่ในการบริการร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสมพบว่า ให้ความสำคัญกับร้านที่ตั้งในทำเลที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง เดินทางสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้านอยู่ในระดับปานกลาง มีความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ตกแต่งภายนอกร้านอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้การเดินทางไปสถานประกอบการไม่ใช่เรื่องใหญ่หรือเรื่องสำคัญนักของนักท่องเที่ยว

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการสถานที่ ในการจัดบริการคนตรี ดังนี้

จากการนำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2551 โดยได้รับการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ตัวแทนกลุ่มอาชีพ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงได้ข้อสรุป มีประเด็นการจัดการความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในชุมชนที่จัดให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว จากลักษณะสำคัญ การจัดการความร่วมมือในการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4 ประการ ได้แก่ (1) ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการการท่องเที่ยว (2) ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถี

ชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว (3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (4) ต้องชี้ นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ รายละเอียดมีดังนี้

1. จัดมาตรฐานการบริการให้กับสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการโดยมีป้าย หรือประกาศแสดงให้เห็นชัดเจนว่ามีมาตรฐานอยู่ในระดับใด เช่นเดียวกับการจัดมาตรฐาน ISO เช่น

องค์ประกอบของมาตรฐานสถานบริการ การกำหนดมาตรฐานสถานบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 มาตรฐานระดับพื้นฐาน (Minimum Standard) หมายถึง ระดับมาตรฐานที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมี และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่พระราชบัญญัติข้อบังคับ

ส่วนที่ 2 มาตรฐานการส่งเสริม (Voluntary Standard) เป็นระดับมาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระดับคุณภาพบริการซึ่งผู้ประกอบการควรมีและควรปฏิบัติให้ได้เพิ่มเติมจากมาตรฐานระดับพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยใช้สัญลักษณ์รูปดาวห้าแฉก เป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งระดับมาตรฐานบริการ โดยจัดแบ่งเป็น 5 ระดับเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ดังนี้

กลุ่มดาวเดียว หมายถึง สถานบริการที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ พอใช้ มีห้องน้ำ ห้องส้วมเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม บรรยากาศเป็นกันเอง

กลุ่มสองดาว หมายถึง สถานบริการที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับสิ่งอำนวยความสะดวกสูงกว่าระดับดาวเดียว ห้องบริการกว้างขึ้น

กลุ่มสามดาว หมายถึง สถานบริการที่ตกแต่งไว้อย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้นสูงกว่าระดับสองดาว

กลุ่มสี่ดาว หมายถึง สถานบริการขนาดใหญ่ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะอาดสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้นสูงกว่าระดับสามดาว

กลุ่มห้าดาวหมายถึงสถานบริการขนาดใหญ่ประเภทหุรมีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องจัดแสดง ห้องอาหาร การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้นสูงกว่าระดับสี่ดาว

กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานสถานบริการ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ

- การสื่อสารการตลาด (Marketing communication)

- การบริการ (Customer service)
- การตระหนักและรักษาและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม (Environmental and socio-cultural considerations)
- ความปลอดภัย (General safety and welfare)
- บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (Food Service Standard) หรือมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหาร

2. ฝึกซ้อมจำลองเหตุการณ์จริงอย่างประจำและต่อเนื่องหากเกิดเหตุร้าย เพื่อเกิดความคล่องตัว และสามารถปฏิบัติการแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ดำเนินการเกี่ยวกับสถานที่ ดำเนินการสร้างอาคารสถานที่ที่ได้มาตรฐาน มีทั้งห้องปกติและห้องพิเศษ ภายในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น คาราโอเกะ ความสะอาดของห้อง ความปลอดภัย เป็นต้น โดยหน่วยงานภาครัฐต้องเข้มงวดในการดำเนินการก่อสร้างอาคารและสถานที่ และเข้มงวดทางด้านการบริการแก่ ยาเสพติด เยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี พร้อมกับการขายบริการทางเพศเป็นพิเศษ

4. ประสานความร่วมมือกำหนดขอบเขต หรือขีดจำกัดความพร้อมทางด้านขนาดของสถานประกอบการ ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดแนวทางว่าสถานประกอบการที่ให้บริการเป็นสถานบริการขนาดเล็กรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 100 คน ขนาดกลางรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 200 คนหรือขนาดใหญ่รองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 1,000 คน เป็นต้น และจากการวิจัยผลปรากฏว่า ส่วนใหญ่สถานประกอบการมีขนาดใหญ่ รองรับจำนวนคนได้ 100 กว่าคนขึ้นไป และควรยึดปฏิบัติตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2541 ต้องจดทะเบียนการค้าและ/หรือ ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและในการเปิดกิจการค้า จะต้องจ่ายภาษีโรงเรือนในอัตราธุรกิจ ดังนั้นจึงควรสอบถามรายละเอียดนี้จากเจ้าหน้าที่ในสภาพเทศบาลท้องถิ่น และควรปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การขอเปิดสถานบันเทิงประเภทร้องเพลง ฟังเพลงและเต้นรำอย่างเคร่งครัด ตามแนวทางการจัดการกิจการประเภทสถานบันเทิงดังนี้

หลักเกณฑ์การขอเปิดสถานบันเทิงประเภทร้องเพลง ฟังเพลงและเต้นรำ

(1) สถานบันเทิงประเภทสถานที่ฟังเพลงต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางเมตร สถานที่เต้นรำต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 80 ตารางเมตร ประเภทคาราโอเกะต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 40 ตารางเมตร หากเป็นคาราโอเกะที่มีห้องเหมาต้องมีพื้นที่รวมทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 80 ตารางเมตร และแต่ละห้องต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 6 ตารางเมตร

(2) สำหรับระดับแสงสว่างภายใน หากเป็นสถานที่เต้นรำต้องไม่ต่ำกว่า 4 ลักซ์ (หน่วยวัดแสงสว่าง) สถานที่ฟังเพลงและคาราโอเกะไม่ต่ำกว่า 6 ลักซ์ ส่วนห้องคาราโอเกะไม่ต่ำกว่า 3 ลักซ์และต้องมีหน้าต่างที่เป็นบานกระจกใส

(3) ระดับความดังเสียงของระบบเครื่องขยายเสียงในสถานที่เต้นรำและฟังเพลงต้องต่ำกว่า 96 เดซิเบล และเสียงที่ดังออกภายนอกต้องไม่เกินกว่าที่กำหนดไว้ใน “ระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานระดับเสียงในเขตชุมชนเมือง”

(4) เทคโนโลยีของหลอดไฟและลำโพงที่สถานบันเทิงใช้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมของกระทรวงวัฒนธรรมและประเทศ

(5) ผู้ประกอบการต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพให้ครบถ้วน และต้องติดตั้งในจุดที่เหมาะสม รวมทั้งต้องติดตั้งไฟฉุกเฉิน และมีทางออกอย่างน้อย 2 ทางที่ไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางออกฉุกเฉินต้องมีสัญญาณไฟสีแดงบ่งบอกและบานประตูเปิดออกไปด้านนอก

5. ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือในการขอใบอนุญาตก่อสร้างให้ระบุให้ชัดเจนว่าเป็นอาคารพาณิชย์หรือสถานบันเทิงตามกฎหมายด้วยการขออนุญาตก่อสร้างอาคารประเภทหนึ่ง แต่สุดท้ายก็คัดแปลงไปใช้อาคารอีกประเภทหนึ่ง เช่นเดียวกับกรณีของซานติกาต้า ที่ขออนุญาตเป็นประเภทที่พักอาศัยแล้วเปลี่ยนประเภทการใช้งานเป็นสถานบันเทิงในภายหลัง การใช้อาคารผิดประเภทเนื่องจากการเปลี่ยนแปลง อาคารพักอาศัยมาเป็นสถานบริการโดยไม่ได้รับอนุญาต ส่วนตำรวจต้องตรวจสอบอาคารและยื่นยันการให้ใบประกอบการ ช่องโหว่ของกฎหมายสถานบริการต่างๆ ควรพิจารณาเป็นอย่างยิ่งในแง่ใบรับรองการใช้อาคารที่ระบุชัดเจนถึงสถานบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่พิสูจน์ว่าอาคารนั้นถูกต้องรวมถึงใบอนุญาตสถานบริการจากตำรวจ โดยเฉพาะอำนาจการให้เปิด-ปิดสถานบริการอยู่ที่ตำรวจ ดังนั้นคนจะมีการผลักดัน ใน 3 ส่วน ได้แก่

(1) จะมีการประสานกับรัฐบาลกลางและหน่วยงานของรัฐเพื่อเสนอขอถ่ายโอนอำนาจการออกใบอนุญาตสถานประกอบการให้มาอยู่ในความดูแลของกับสำนักงาน ตำรวจแห่งชาติเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันด้วย

(2) จะพิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าสามารถ เพิ่มเติมข้อบัญญัติเพื่อให้กฎหมายมีความสมบูรณ์หรือเข้มข้นขึ้นจากเดิม เนื่องจากยังพบว่ามีช่องว่างทางกฎหมายอยู่หลายจุด โดยเฉพาะเรื่องกำหนดจำนวนผู้เข้าใช้บริการตามเนื้อที่ของสถานบริการและ

(3) หากมีการเพิ่มเติมข้อบัญญัติไม่ได้ก็จะมีมีการประสานรัฐบาลกลางเพื่อออกเป็นข้อบัญญัติใหญ่นำมาใช้ควบคุม

องค์ประกอบตามพระราชบัญญัติสรรพสามิตสถานบริการประเภทไนท์คลับและดิสโกเธคโดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือใช้เครื่องเสียง หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิงจะเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 10 ของรายรับ ซึ่งสถานบริการที่ระบุไว้ในกฎหมายต้องมีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ 1) มีสถานที่ 2) มีการดื่มกินและเต้นรำ โดยมีการจัดแสดงดนตรี หรือใช้เครื่องเสียง หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง และ 3) มีเจตนาดื่มกินและเต้นรำ มีการจัดสถานที่สำหรับเต้นรำหรือฟอว์เต้นรำแม้ว่า สถานที่ประกอบการจะนำโต๊ะ หรือเก้าอี้มาตั้งบริเวณที่มีสถานที่เต้นรำแล้ว

แต่การมีฟอร์สำหรับเดินร่าเท่ากับมีเจดนาที่เปิดให้บริการเป็นในท่คลังหรือคิสโกเชคแล้ว ดังนั้น การมีฟอร์เดินร่าหรือไม่มี จึงไม่ใช่ประเด็น หากผู้ประกอบการมีเจดนาให้มีการเดินร่าก็คือว่า เป็นสถานบริการในคลังและคิสโกเชคแล้ว เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมากใช้วิธีการนี้ในการหลีกเลี่ยง ภาษีสรรพสามิตเพราะไม่ต้องการเสียภาษี เนื่องจากภาษีสรรพสามิตประเภทนี้เสียในอัตราที่สูงมาก โดยจัดเก็บภาษีบนฐานของรายรับ หมายถึงรายรับทั้งหมดก่อนหักค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ จะเสียภาษี มูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 ภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 30 ให้แก่กรมสรรพากร

ทั้งนี้ มีทรศนะที่เสนอแนะถึงสภาพปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบันและเป็นปัญหาในระดับภาคใต้ที่ยังคงหาทางยุติลงไม่ได้และยังคงก้อย้าต่อสภาพการประกอบการให้ทรคลงไปอีกด้วย จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลและผ่อนคลายสภาพปัญหาดังที่ นิมิตร ชัยจิระธิกุล ประธานสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา กล่าวถึงสภาพปัญหาที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า ในฐานะตัวแทนภาคีธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 5 องค์กร ขอความช่วยเหลือนายกรัฐมนตรี หวังคืนหนีวิกฤตไฟได้กว่า 3 ปี กระทบธุรกิจขบเซาหนัก ความเคลื่อนไหวขององค์กรภาคีธุรกิจด้านการท่องเที่ยวใน จังหวัดสงขลาอย่างน้อย 5 องค์กร คือ สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมธุรกิจบันเทิง” นายนิมิตร กล่าวต่อว่า “เพื่อให้เกิดความชัดเจนของข้อเรียกร้องทั้ง 10 ข้อ ซึ่งเป็นความต้องการที่เกิดจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง จึงได้ออกมาเรียกร้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะรัฐบาลหามาตรการช่วยเหลือภายหลังจากที่ประสบกับภาวะวิกฤตการท่องเที่ยวทรคหนักจากปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มากกว่า 3 ปี จนผู้ประกอบการหลายรายโดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจโรงแรมต้องขาดทุนสะสมอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมภาคีธุรกิจด้านการท่องเที่ยวใน จังหวัดสงขลาทั้ง 5 องค์กรได้รวมตัวเพื่อประกาศข้อเรียกร้องในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อผู้นำรัฐบาลให้ช่วยเหลือรวม 10 ข้อ (นิมิตร ชัยจิระธิกุล. 2551 : สัมภาษณ์)

และมาตรการ 10 ข้อ ดังกล่าวมีดังนี้

(1) รัฐบาลจะต้องรีบเร่งเข้ามาแก้ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ประกอบการค้า-การ โรงแรม ให้อยู่ในเกณฑ์ที่พอจะไว้วางใจได้ โดยเฉพาะในเขตเศรษฐกิจการค้าที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว และให้บริการให้มากเป็นพิเศษ จะมีการจัดจ้างอาสาสมัครตำรวจชุมชนเข้ามาเพิ่มเพื่อสนับสนุนการทำงานให้กับเจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือทหารอย่างเพียงพอ

(2) รัฐบาลต้องเข้ามาสนับสนุนโครงการตาสับปะรด ร่วมกับเทศบาล-องค์การบริหารส่วนจังหวัด ให้เป็นโครงการเดียวกัน มีงบประมาณร่วมกัน เพื่อให้มีจุดศูนย์กลางดำเนินการ รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่เฝ้าดูแลตลอดเวลา และรับแจ้งเหตุร้ายในสถานที่เดียวกัน

(3) รัฐบาลจะต้องท้บงบประมาณกระตุ้นการลงทุนให้กับผู้ที่ทำงานอยู่แล้ว ในท้องถิ่น โดยให้กู้ดอกเบี้ยต่ำร้อยละ (1.5-2.5) เพื่อชดเชยการขาดทุนของผู้ประกอบการที่อดทนทำ

การค้าในขณะที่วิกฤตเศรษฐกิจจะต้องได้รับผลการช่วยเหลือ ผู้ประกอบการค้า-การ โรงแรมใน จังหวัดสงขลาทุกอำเภอ เช่นเดียวกับจังหวัดสตูล (สิทธิพิเศษ 5 จังหวัดภาคใต้)

(4) เทศบาลจะต้องลดภาษีโรงเรือนและภาษีป้ายให้กับผู้ประกอบการที่มี เหตุการณ์ร้ายและ วิกฤตการค้า

(5) รัฐวิสาหกิจ ไฟฟ้า - น้ำประปา ต้องลดค่าไฟฟ้า ค่า FT -ค่าน้ำประปา และยกเลิกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าน้ำบาดาล

(6) รัฐบาล ช่วยเหลือเงินสมทบการประกันสังคมของพนักงานให้ก่อนอย่างน้อย 2-3 ปี เมื่อเหตุการณ์ดีขึ้นจึงมาเก็บเงินสมทบประกันสังคมต่อไป (หยุดชั่วคราว)

(7) ให้รัฐบาล-การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำการประชาสัมพันธ์เจาะ ตลาดการท่องเที่ยวของ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน อินโดนีเซีย ให้มีเทศกาลขึ้นในเมืองหาดใหญ่- สงขลา ปีละหลายๆ ครั้ง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นใน จังหวัดสงขลา

(8) การจัดสัมมนาของทางราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน ขอให้จัดขึ้นใน จังหวัดสงขลาให้มากขึ้นแทนที่จะจัดในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต

(9) ขอให้ปรับปรุงระบบการทำงานของด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา-ป่าดงเบ ชาร์เซีย ใหม่ เพราะนักท่องเที่ยวถูกทำให้เบื่อนำมาจากเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง สงขลา และ

(10) ขอให้เที่ยวบินมาสู่จังหวัดสงขลาประตูภูมิภาคให้มากขึ้น เช่น กทม.- ภูเก็ต-หาดใหญ่, หาดใหญ่- ภูเก็ต-กทม., สิงคโปร์-หาดใหญ่-กทม., กทม.-หาดใหญ่-สิงคโปร์, กัวลาลัมเปอร์-หาดใหญ่-กทม., กทม.-หาดใหญ่-กัวลาลัมเปอร์ (<http://www.komchadluek.com>, มีนาคม 2551)

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ สมบูรณ์ พงษ์เลิศนภกร เจ้าของธุรกิจโรงแรม เอเชียันหาดใหญ่ กล่าวว่า การก่อวินาศกรรม ทั้งวางระเบิด และวางเพลิง ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย เจ้าหน้าที่ควบคุมสถานการณ์ไม่ได้ ได้สร้างความเสียหายกับธุรกิจการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน ให้กับอำเภอหาดใหญ่ จนประมาณค่าไม่ได้สภาพของหาดใหญ่ในวันนี้ ไม่หลงเหลือการเป็นเมือง เศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอีกแล้ว โรงแรม ย่านการค้า สถานบันเทิง ที่ยืนอยู่ได้ทุกวันนี้ ต้องควักทุนมา ชดในส่วนที่ขาดทุน การรวมตัวของนักธุรกิจหาดใหญ่ที่ได้รวมตัวกันประชุม และมีมติทั้ง 10 ข้อ เป็นทางออกหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อน หากรัฐบาลไม่สามารถ ดับไฟได้ เชื่อว่าภายใน กลางปี 2550 ธุรกิจจำนวนมากจะต้องปลดคนงาน และปิดกิจการ คนจำนวนมากจะเดือดร้อน มี ผลกระทบเป็นลูกโซ่ (สมบูรณ์ พงษ์เลิศนภกร. 2550 : สัมภาษณ์)

6. ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือการบริหารจัดการและคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ โครงสร้างอาคาร ในการบริการจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและจะต้องป้องกันมิให้ก่อเหตุรำคาญ แก่ผู้ใช้บริการและชุมชนข้างเคียง อย่างเช่น ระบบบำบัดน้ำเสีย การควบคุมกลิ่นและระบบควบคุม อากาศ มีการตกแต่งสถานที่อาคารให้สะอาด สวยงาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

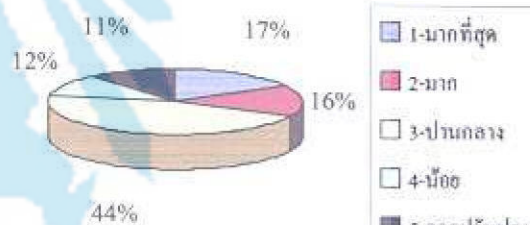
1. ผลการศึกษา เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลสถิติ และ
2. แนวทางการพัฒนาการบริการของพนักงานในการจัดบริการคนตรี ดังนี้

1. ผลการศึกษา

1. ด้านการบริการของพนักงานในร้าน

1) ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

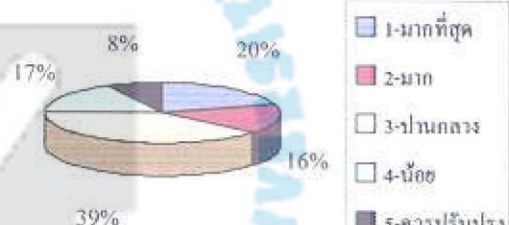
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	50	16.67
2. มาก	47	15.67
3. ปานกลาง	135	45.00
4. น้อย	35	11.67
5. ควรปรับปรุง	33	11.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 32 ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

2) ให้บริการด้วยความสะอาดรวดเร็ว

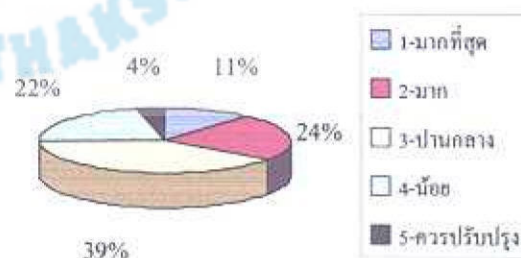
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	60	20.00
2. มาก	48	16.00
3. ปานกลาง	118	39.33
4. น้อย	51	17.00
5. ควรปรับปรุง	23	7.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 33 ให้บริการด้วยความสะอาดรวดเร็ว

3) ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นเต็มใจ

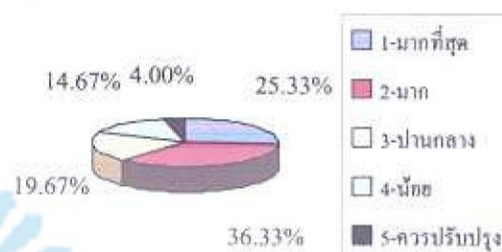
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	33	11.00
2. มาก	71	23.67
3. ปานกลาง	120	40.00
4. น้อย	65	21.67
5. ควรปรับปรุง	11	3.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 34 ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นเต็มใจ

4) เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย

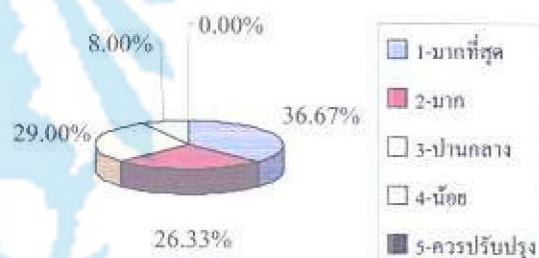
ตาราง 32 เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	76	25.33
2. มาก	109	36.33
3. ปานกลาง	59	19.67
4. น้อย	44	14.67
5. ควรปรับปรุง	12	4.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 35 เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย

5) มีบริการชาย/หญิง เพียงพอ

ตาราง 33 มีบริการชาย/หญิง เพียงพอ		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	110	36.67
2. มาก	79	26.33
3. ปานกลาง	87	29.00
4. น้อย	24	8.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00

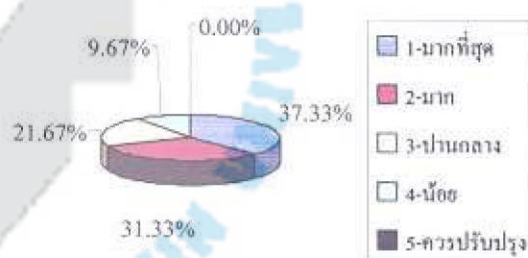


ภาพประกอบ 36 มีบริการชาย/หญิง เพียงพอ

2. การส่งเสริมการตลาด

1) การแสดงคอนเสิร์ต ดารา ศิลปินรับเชิญ

ตาราง 34 การแสดงคอนเสิร์ต ดารา ศิลปินรับเชิญ		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	110	36.67
2. มาก	79	26.33
3. ปานกลาง	87	29.00
4. น้อย	24	8.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 37 การแสดงคอนเสิร์ต

ดารา ศิลปินรับเชิญ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี ตามตารางดังนี้

ตาราง 35 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี								
1. ด้านการบริการของพนักงานในร้าน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ร้อยละ	Mean	S.D.	แปลผล
1.1. ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส	50	47	135	35	33	3.15	1.75	ระดับปานกลาง
1.2 ให้บริการด้วยความสะอาดรวดเร็ว	60	48	118	51	23	3.24	1.77	ระดับปานกลาง
1.3 ดูแลเอาใจใส่ กระจกหรือหน้าต่าง	33	71	120	65	11	3.17	1.51	ระดับปานกลาง
1.4 เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย	76	109	59	44	12	3.64	1.69	ระดับมาก
1.5 มีบริการชาย/หญิงเพียงพอ	110	79	87	24		3.92	1.48	ระดับมาก
2. การส่งเสริมการตลาด								
การแสดงคอนเสิร์ต ดารา ศิลปิน	112	94	65	29		3.96	1.49	ระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีพบว่า ด้านการบริการของพนักงานในร้านนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) การให้บริการด้วยความสะอาดรวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) การดูแลเอาใจใส่กระจกหรือหน้าต่างอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) เสื้อผ้าการแต่งกายของพนักงานสุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีบริการชาย/หญิงเพียงพออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านการส่งเสริมการตลาดการแสดงคอนเสิร์ต ดารา ศิลปินโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีโดยภาพรวมทั้งหมดพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีมีความพึงพอใจค่อนข้างสูงทุกด้าน เนื่องจากสถานประกอบการทุกที่มุ่งเน้นการบริการเป็นหัวใจสำคัญหรือกล่าวได้ว่า ลูกค้ำคือพระเจ้าฉะนั้นหากทำให้ลูกค้ำมีความพึงพอใจประทับใจในการบริการมากเท่าใดพนักงานก็จะได้ค่าตอบแทนกลับมาคุ้มค่า การบริการที่รวดเร็ว มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย บรรยากาศรื่นรมย์และพนักงานให้การบริการดี ไม่ว่าจะเป็นราคาอาหารและเครื่องดื่มด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและมีการแสดงราคาที่ชัดเจน ในด้านเสื้อผ้าในเครื่องแบบการแต่งกายบ้างร้านจะเน้นแต่งกายสวยงาม ล้อแหลมเพื่อมุ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นสำคัญจึงทำให้ขาดความสุภาพเรียบร้อยไปจำนวนหลายร้านแต่ทั้งนี้การแต่งกายที่ล้อแหลมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร้านได้เป็น

อย่างดีรวมถึง โปรโมชันการแสดงของบรรดานักแสดงสาวที่เรียกว่าโคโยตี้ซึ่งจะมีปรากฏให้เห็นเกือบทุกร้านเป็นการสร้างสีสัน โดดเด่นในการแสดงได้เป็นอย่างดี และเพื่อเป็นการให้วงดนตรีได้หยุดพักช่วงได้ บางครั้งการบริการก็ต้องใช้ความยืดหยุ่นเข้ามาช่วย เพราะแต่ละวันต้องเจอลูกค้ามากหน้าหลายตา หลากอารมณ์แม้แต่ลูกค้าคนเดียวกันก็ยังคงใช้เทคนิคการบริการที่แตกต่างกันในแต่ละวัน พนักงานบริการจะทำตามเพียงแต่มาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้นตายตัวอย่างเดียวนั้นไม่ได้ แต่เราต้องดูเจตนา ความต้องการของลูกค้าด้วย หรือแม้แต่การบริการลูกค้าเกินมาตรฐานแต่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและไม่ทำให้องค์กรเสียหาย เช่นนี้เราก็เรียกว่าการบริการเกินความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าบางท่านไม่ได้ตีค่าความมีมาตรฐานจากความใหญ่โตของสถานประกอบการ หรือความมีชื่อเสียง แต่ทุกท่านที่เข้ามาใช้บริการต่างก็ต้องการได้รับความพึงพอใจอย่างที่คาดหมาย การต้อนรับอย่างมีน้ำใจจริงของพนักงานบริการและความช่วยเหลืออย่างมีมิตรเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาสถานประกอบการ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ หากทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ก็มักจะได้รับคำชมว่าเป็นการบริการที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นเราจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าก็เป็นอีกหนึ่งอย่างที่น่ามาใช้วัดมาตรฐานของการบริการเช่นเดียวกัน การให้บริการให้อยู่ในระดับที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ถือเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อส่งเสริมและพัฒนากองทุนที่ช่วยให้เป็นที่ยอมรับต่อนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างดี

2. แนวทางการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี ในสถานประกอบการที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการจัดบริการคนตรี

จากการนำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2551 โดยได้รับการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ตัวแทนกลุ่มอาชีพ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงได้ข้อสรุป มีประเด็นการจัดการความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมในชุมชนที่จัดให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวดังนี้

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานการบริการของประเทศไทย เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการให้อยู่ในระดับที่มีคุณภาพและมี มาตรฐาน โดยเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อส่งเสริมพัฒนากองทุนที่ช่วยให้เป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

สอดคล้องกับทฤษฎีของ สุเทพ เกื้อสังข์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 1 สงขลา กล่าวว่า ไม่อยากให้ผู้ประกอบการมองเรื่องภาษีหรือเงินช่วยเหลืออย่างเดียว อยากให้ภาคเอกชนช่วยตัวเองด้วย และอยากให้มองถึงเรื่องจะทำอย่างไรในการสร้างจุดขายใหม่ สร้างแหล่งท่องเที่ยวหรือสร้างกิจกรรมใหม่ๆ และแก้ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบจาก

นักท่องเที่ยว วันนี้หาดใหญ่ สงขลา มีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้ง 76 จังหวัดถือเป็นคู่แข่ง
ทั้งนั้น นักท่องเที่ยวจึงมีทางเลือกมากขึ้น (สุเทพ เกื้อสังข์. 2550 : สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ มีทรศนะที่ต้องการให้เมืองหาดใหญ่กลับมาเป็นศูนย์กลางการค้าแห่งภาคใต้
เหมือนเมื่ออดีตครั้งที่ ไพร พัฒโน นายกเทศมนตรีเทศบาลนครหาดใหญ่ กล่าวว่า ต้องเปลี่ยนจุดขาย
ใหม่ให้กับหาดใหญ่ จากภาพลักษณ์เดิมอยู่ที่สินค้าชายแดนที่มีราคาถูก แต่ปัจจุบันสินค้าเหล่านี้
ไม่ได้มีความแตกต่างในเรื่องของราคามากนัก จึงทำให้จุดขายด้านนี้ลดไปจากเดิม ส่วนจุดขายด้าน
สถานบันเทิง แหล่งเริงรมย์ ก็ตกต่ำลงเช่นกัน เนื่องมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัด
ชายแดนภาคใต้ที่ขยายวงกว้างลุกลามเข้ามาในเมืองหาดใหญ่ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจ
ในความปลอดภัย ดังนั้นเราจำเป็นต้องมีจุดขายใหม่ในด้านอื่นๆ ให้กับหาดใหญ่ เช่น ศูนย์กลาง
ร้านอาหาร โรงแรมต้องยกระดับของหาดใหญ่ให้เป็นศูนย์กลางเพื่อกระตุ้นให้มีการลงทุน
สนับสนุนสินค้าส่งออก พัฒนารูทกิจ วางเป้าหมายไปที่การพักผ่อนลักษณะเชิงครอบครัว แต่ที่
สำคัญคือการสร้างความมั่นใจให้กลับคืนมาสู่เมืองหาดใหญ่ (ไพร พัฒโน. 2550 : สัมภาษณ์)

สอดคล้องกับทรศนะของ นิมิตร ชัยจิระชิตกุล ประธานสมาพันธ์ธุรกิจการ
ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ให้สัมภาษณ์แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่
ว่า ทางสมาพันธ์ร่วมกับสมาชิกของสมาพันธ์อันได้แก่ สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา
สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม ชมรมวิงหาดใหญ่ จัดกิจกรรมหาดใหญ่มิดไนท์
สงกรานต์ให้กับสงขลาหาดใหญ่มาร่วม 10 ปีติดต่อกันกิจกรรมการแสดงบนเวที มีนักร้องรับเชิญ
จากค่ายต่างๆ เช่น แกรมมี่ อาร์เอส รวมทั้งพระราชวังใจประชาชน ที่สำคัญคือดารานักร้องจาก
ประเทศเพื่อนบ้าน มาเลเซีย สิงคโปร์ร่วมด้วยเพื่อดึงดูดให้คนหาดใหญ่สงขลาและนักท่องเที่ยวได้
ร่วมสนุก ในอดีตมีการจัดสงกรานต์ที่สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ มีคนเข้าร่วมน้อย ต่อมา
ย้ายไปสนามกีฬาากลางก็ยังไม่ดี จนทางสมาพันธ์ฯ เข้ามาจัดให้และขอเทศบาลฯ จัดบริเวณถนน
นิพัทธ์อุทิส 3 และถนนเสน่หานุสรณ์ปรากฏว่านักท่องเที่ยวแห่เข้าร่วมกิจกรรมกันมากล้นหลาม
หาดใหญ่มิดไนท์สงกรานต์ จึงเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวตั้งแต่นั้นมาจนถึงปี 2551 รวม 9 ปี
แล้ว (นิมิตร ชัยจิระชิตกุล. มีนาคม : 2552)

ไสว ฌ พัทลุง ประธานที่ปรึกษาผู้บริหาร บริษัท ฟิงก์ไฮเดิ้ล แอนด์ คอนเฟล็กซ์
จำกัด กล่าวว่า ในส่วนของธุรกิจเครื่องฟิงก์เลดี้ให้ทายาทรุ่นลูกเข้ามาบริหาร 3-4 ปีแล้ว ซึ่งตรง
กับช่วงที่สถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดความรุนแรงอย่าง
ต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลอบวางระเบิดกลางเมืองหาดใหญ่ปี 2548 และ 2549 ส่งผลให้
ผู้ประกอบการต่างๆ ตกอยู่ในภาวะขาดทุนรวมถึงปิดกิจการลงหลายราย รวมถึงธุรกิจโรงแรมของ
ตนเองขณะนี้แบกภาระขาดทุนเกือบห้าแสนบาทต่อเดือนเป็นเวลาหลายเดือนต่อเนื่อง กัน
แล้ว ขณะนี้เป็นที่ยอมรับว่าทุกคนตกอยู่ในสถานภาพเดียวกัน ที่ธุรกิจได้รับความเดือดร้อนอย่าง
ที่สุด เพราะได้ลงเรือลำเดียวกับกับ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงต้องหันหน้าเข้ามาพูดคุยและสร้าง

ความสามัคคีหรือจัดทำข้อตกลงประสานความร่วมมือในชุมชนอีกครั้งหนึ่ง (ไอศว ฅ พัทลุง. มีนาคม : 2551)

สมชาติ พิมพ์ธนพุลพร นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา ให้สัมภาษณ์ว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ ชอบงานหาดใหญ่มิดในทีสงกรานต์มาก ช่วงสงกรานต์ปีนี้ โรงแรมในหาดใหญ่ถูกจองเต็มหมดทุกแห่ง จองเต็มมาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์แล้ว เพราะเขาต้องการมาเที่ยวหาดใหญ่มิดในทีสงกรานต์โดยเฉพาะ ไม่เพียงโรงแรมเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ บรรดามัคคุเทศก์ รถตู้กรุรถรับจ้าง ก็ได้ด้วยเพราะนักท่องเที่ยวจะเช่าเหมาตระเวนเล่นสงกรานต์ถือปืนฉีดน้ำเล่นไปทั่วภัตตาคารร้านอาหารร้านขายเสื้อผ้าของที่ระลึกก็ได้ เพราะเขาต้องกินต้องใช้รถเครื่องรับจ้างก็ได้ ผู้ประกอบการแต่ละแห่งก็สามารถเลี้ยงลูกน้องได้ ลูกน้องคนงานเมื่อมีรายได้เขาก็มีกำลังซื้อกำลังจ่าย แม้ประเทศมาเลเซีย จะจัด Water Festival ขึ้นเองในประเทศ แต่ก็ไม่สนุกเท่ามิดในทีสงกรานต์ที่หาดใหญ่ จึงควรส่งเสริมกิจกรรมเช่นนี้อย่างต่อเนื่อง (สมชาติ พิมพ์ธนพุลพร. มีนาคม : 2552)

ประภาส อินชนปสาธน์ ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการจัดงานเทศกาลประจำปีในงานโคมไฟ สีสันเมืองใต้ ที่จะขึ้นระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2551 -28 กุมภาพันธ์ 2552 ภายในบริเวณสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่รวมระยะเวลาจัดงานนานถึง 4 เดือน โดยทุ่มงบประมาณในการจัดงาน 20-30 ล้านบาทร่วมกับเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาและสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นต้น และจะจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ 3 ปี ในเบื้องต้น กิจกรรมภายในงานมีโชว์ 7 มหรรศจรรย์โคมไฟทั้งจินตนาการโลกของเด็ก ไฟกลางน้ำ โลกของสัตว์ โคมไฟนานาชาติทั้งจากญี่ปุ่น จีน เกาหลี เวียดนาม ไทยสีภาค โคมไฟชุดพิเศษ โคมไฟโลกของสัตว์ปีก และโคมไฟปฏิมากรรมร่วมสมัย มีกิจกรรมเวทีกลางน้ำทุกวัน รวมทั้งพิธีเปิดงานโคมไฟตามช่วงเทศกาลภายใน 4 เดือน อาทิ โคมไฟเทศกาลลอยกระทง วันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม วันคริสตมาส วันสงท่ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ วันเด็กแห่งชาติ เทศกาลตรุษจีน วันวาเลนไทน์ นายประภาสกล่าวต่ออีกว่าการท่องเที่ยวหาดใหญ่ได้ประชุมร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในหาดใหญ่เชิญผู้ประกอบการและคู่ค้าพานักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในแถบชายแดนเข้ามาประมาณ 80 ราย มาดูแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจะมีการจัดแพคเกจทัวร์ไว้รองรับเชื่อมกับงานโคมไฟสีสันเมืองใต้และทัวร์อื่นๆเชื่อมกับจังหวัดใกล้เคียงไว้รองรับด้วย นอกจากนี้ในปลายเดือนพฤศจิกายน 2551 จะมีการจัดประชุมหอการค้าไทยที่ศูนย์ประชุมนานาชาติเฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งจะมีนายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี หอการค้าทั่วประเทศพร้อมผู้ติดตามจำนวนนับพันคนมาประชุมที่หาดใหญ่จะเป็นอีก โอกาสในการฟื้นฟูสร้างความคิดักให้ตลาดท่องเที่ยวหาดใหญ่ สงขลากลับมา

อีกครั้งจะใช้แพคเกจทัวร์เดียวกันนี้เสนอ โดยเชื่อว่าเมื่อมีสินค้าใหม่ๆจะดึงดูดการท่องเที่ยวได้ และผลพลอยได้ก็ตามมาคือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว พนักงานในสถานประกอบการก็จะมีรายได้ และมีการจัดจ้างเพิ่มขึ้น (ประภาส อินทรนปสาธน์. 2551 : สัมภาษณ์)

2. พัฒนา และส่งเสริมการให้บริการให้อยู่ในระดับที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ถือเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับต่อนักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป โดยกำหนด แนวทางการกำหนดระดับคุณภาพการบริการ เป็นมาตรฐานสากล 5 ระดับ คือ ดาวเดียว สองดาว สามดาว สี่ดาว และห้าดาว การจัดกลุ่มระดับของสถานบริการมีผลต่อการยกระดับการท่องเที่ยวแล้วยังนับเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของสถานประกอบการในแต่ละกลุ่มด้วย

องค์ประกอบของมาตรฐานสถานบริการ การกำหนดมาตรฐานสถานบริการ ต้องมีกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานสถานบริการ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ

- การสื่อสารการตลาด (Marketing communication)
- การบริการ (Customer service)
- การตระหนักและรักษาและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม (Environmental and socio-cultural considerations)
- ความปลอดภัย (General safety and welfare)
- บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (Food Service Standard) หรือมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหาร

องค์ประกอบที่ 1 การสื่อสารการตลาด เกณฑ์ประกอบด้วย

มีเนื้อหาไม่เกินจริง มีระบบและหลักการในการขายอย่างรับผิดชอบ มีการเก็บข้อมูลฐานลูกค้าเดิมและหาฐานลูกค้าใหม่อย่างเป็นระบบ มีการนำเสนอสินค้าและบริการอย่างถูกต้องครบถ้วน มีสื่อประชาสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีสื่อการประชาสัมพันธ์ภาษาต่างประเทศ มีการประเมินโดยนักท่องเที่ยวและจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบรายงานต่อหน่วยงานภาครัฐ

องค์ประกอบที่ 2 การบริการ เกณฑ์ประกอบด้วย

พนักงานได้รับการอบรมและเข้าใจขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบเดียวกัน มีขั้นตอนการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน ตั้งแต่ การต้อนรับถึงการส่งลูกค้า การแสดงและความเป็นกันเองไม่ขัดต่อประเพณี วัฒนธรรมอันดี พนักงานควรมีทักษะความรู้ ภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา การตกแต่งบรรยากาศในสถานบริการสะท้อนศิลปวัฒนธรรมไทย ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมที่ดีงาม มีการจัดการอำนวยความสะดวกสำหรับความต้องการของกลุ่มเฉพาะ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ เป็นต้น มีการออกแบบหรือการจัดการพื้นที่ให้บริการอย่างเหมาะสม อาหารและเครื่องดื่มต้องมีคุณภาพ ราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและมีการแสดงราคาที่ชัดเจน

มีระบบการจัดการแก้ไขปัญหาด้านการบริการ มีการประเมิน โดยนักท่องเที่ยวและจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบรายงานต่อหน่วยงานภาครัฐ

องค์ประกอบที่ 3 การตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เกณฑ์ประกอบด้วย

นำหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม มีระบบการจัดการขยะที่ดี มีประสิทธิภาพ มีระบบบำบัดน้ำเสีย มีการส่งเสริมให้ใช้วัสดุที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้มีการประหยัดพลังงานและน้ำ มีการประเมินโดยนักท่องเที่ยวและจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบรายงานต่อหน่วยงานภาครัฐ

องค์ประกอบที่ 4 ความปลอดภัย เกณฑ์ประกอบด้วย

มีการแสดงใบประกาศให้เห็นอย่างชัดเจน มีการจัดระบบด้านความปลอดภัย มีขั้นตอน ในการแนะนำการบริการ มีการติดตั้งป้าย สัญญาณเตือนภัย ในบริเวณบริการท่องเที่ยว มีการเตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย มีประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีสัญญาณเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพและสามารถใช้งานได้ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยในบริเวณบริการ มีการเตรียมเส้นทางหนีภัยหรือแผนการอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งท่องเที่ยวในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีห้องปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ปฏิบัติงานในบริเวณบริการตลอดเวลา จัดให้มีคู่มือการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ มีการประเมิน โดยนักท่องเที่ยวและจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบรายงานต่อหน่วยงานภาครัฐ

องค์ประกอบที่ 5 การบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (สุขาภิบาลอาหาร) เกณฑ์ประกอบด้วย

สถานที่เตรียมปรุงอาหารถูกสุขลักษณะ สถานที่รับประทานอาหารถูกสุขลักษณะ อาหารและเครื่องปรุงต่างๆมีความสะอาดปลอดภัยต่อการบริโภค มีระบบการกำจัดเศษอาหารและของเสียอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีการป้องกันและควบคุมแมลงและสัตว์นำโรคบริเวณร้านอาหาร การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวควรสะอาดเห็น วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการร้านอาหารที่เหมาะสมกับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีการบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพสามารถใช้งานได้ดี มีการประเมิน โดยนักท่องเที่ยวและจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบรายงานต่อหน่วยงานภาครัฐ เกณฑ์การตรวจประเมินคุณภาพมาตรฐานสถานบริการ เกณฑ์ การตรวจประเมินคุณภาพมาตรฐานสถานบริการจะเป็นไปตามคู่มือการตรวจประเมินหรือแบบตรวจประเมินมาตรฐานสถานบริการ ตามที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกำหนด

3. คุณสมบัติที่ดีของพนักงานเสิร์ฟหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องในสถานประกอบการ แต่เดิมนั้นสัดส่วนของรายได้จากฝ่ายอาหาร เครื่องดื่ม งานเลี้ยงและบาร์เมื่อเทียบกับรายได้จากห้องพักแล้วจะไม่สำคัญนักแต่ปัจจุบัน (นอกจากโรงแรมขนาดเล็กแล้ว) รายได้ของฝ่ายอาหาร เครื่องดื่ม งานเลี้ยงและบาร์ เป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ 45-60 งานของฝ่ายนี้ยังมีผลต่อชื่อเสียงของ โรงแรมโดยตรงอีกด้วย

พนักงานเสิร์ฟ การปฏิบัติตนของพนักงานเสิร์ฟ ก็เหมือนกับพนักงานบริการ ทั่วไป เช่น

1. มารยาทของพนักงานเสิร์ฟ
 - (1) มีแนวทางการปฏิบัติตนขณะที่รอรับคำสั่ง
 - (2) วิธีเดิน พนักงานเสิร์ฟต้องเดินให้ถูกท่าสง่าผ่าเผย
 - (3) ต้องทำงานละเอียดและนิ่มนวล ควรพยายามหลีกเลี่ยงการพูดจานอกเวลาจำเป็นเท่านั้นทั้งนี้เพราะหากพูดในเวลาส่งอาหารน้ำลายจะตกลงไปในอาหาร
2. รายละเอียดของอาหารแต่ละรายการ พนักงานเสิร์ฟจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับ ส่วนประกอบและวิธีปรุงอาหารแต่ละรายการและแต่ละแบบพอสมควร
3. การจัดโต๊ะอาหาร
4. การรับคำสั่ง
4. จัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพเป็นการ สร้างขวัญและกำลังใจให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. จัดตั้งกองทุน ในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ประกอบการ หลังจากไม่สามารถทำงานได้ทุกกรณี ซึ่งนอกเหนือจากประกันสังคมที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้
6. จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นรองรับ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพ มาตรฐานการ บริการในวิชาชีพให้มีความเชี่ยวชาญ จำนวนมากยิ่งขึ้น และเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานได้เป็นอย่างดี และมีการประกันมาตรฐาน ประเมินผลโดยการสอบวัด ระดับอย่างต่อเนื่องเป็นประจำและมีประกาศมอบให้แก่ผู้เข้าร่วม
7. จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัทหรือผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมการรองรับการจัด ประชุมระดับโลก รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย เพราะเป็นจุดขายและน่าสนใจในการ ท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ
8. กำหนดคชชุนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นการควบคุมพื้นฐานซึ่งสามารถบ่ง บอกว่าเป็นฟอร์มที่อยู่ในเมืองหาคใหญ่เท่านั้นโดยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น
9. จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ มากกว่า 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีนเพื่อการประกอบอาชีพโดยเฉพาะ เนื่องจากพนักงานจำเป็นต้องสนทนากับนักท่องเที่ยว เบื้องต้นในการให้บริการ เช่น การเข้าออกเป็นต้น

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรีใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

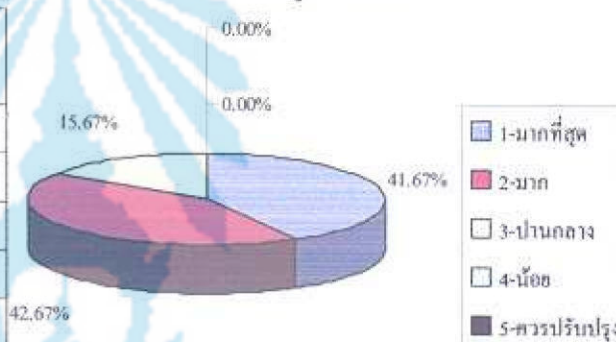
1. ผลการศึกษา เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลสถิติ และ
2. แนวทางการพัฒนาการแสดงดนตรีในสถานประกอบการที่จัดบริการดนตรี ดังนี้

1. ผลการศึกษา

1. รูปแบบการให้บริการดนตรี

1) ดนตรีเล่นคิมี่คุณภาพ บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ

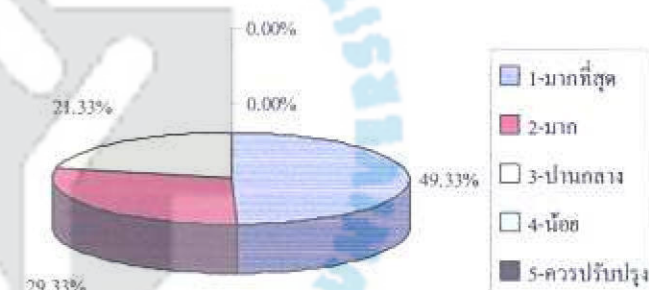
ตาราง 36 ดนตรีเล่นคิมี่คุณภาพ บรรเลง ได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	125	41.67
2. มาก	128	42.67
3. ปานกลาง	47	15.67
4. น้อย		0.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 38 ดนตรีเล่นคิมี่คุณภาพ
บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ

2) แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย

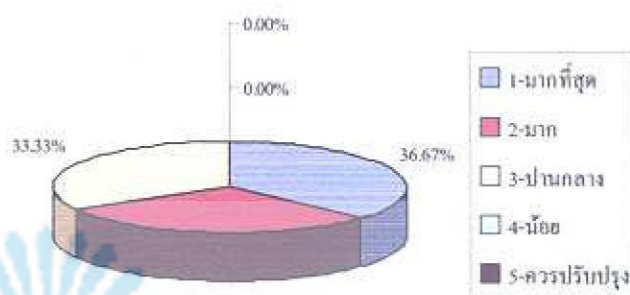
ตาราง 37 แนวเพลงทันสมัย มีความหลากหลาย		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	148	49.33
2. มาก	88	29.33
3. ปานกลาง	64	21.33
4. น้อย		0.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 39 แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย

3) เครื่องเสียงดีมีคุณภาพ

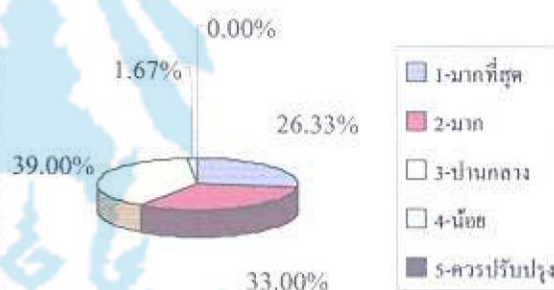
ตาราง 38 เครื่องเสียงดีมีคุณภาพ		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	110	36.67
2. มาก	90	30.00
3. ปานกลาง	100	33.33
4. น้อย		0.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 40 เครื่องเสียงดีมีคุณภาพ

4) นักดนตรีสามารถบรรเลง ดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว

ตาราง 39 นักดนตรีสามารถบรรเลงดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	79	26.33
2. มาก	99	33.00
3. ปานกลาง	117	39.00
4. น้อย	5	1.67
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00

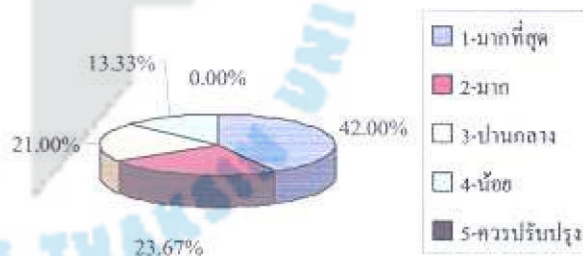


ภาพประกอบ 41 นักดนตรีสามารถบรรเลงดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว

2. แนวเพลงของการแสดงที่สถานประกอบการจัดบริการ

1) แนวเพลงร่วมสมัย

ตาราง 40 แนวเพลงร่วมสมัย		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	126	42.00
2. มาก	71	23.67
3. ปานกลาง	63	21.00
4. น้อย	40	13.33
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 42 แนวเพลงร่วมสมัย

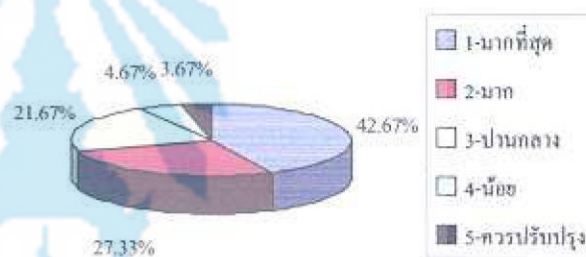
2) แนวสากลเจ็ด

ตาราง 41 แนวสากลเจ็ด		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	25	8.33
2. มาก	31	10.33
3. ปานกลาง	110	36.67
4. น้อย	58	19.33
5. ควรปรับปรุง	76	25.33
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



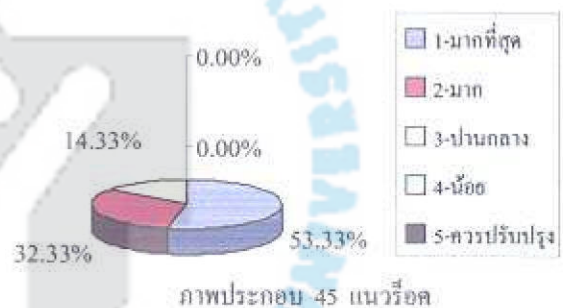
3) แนวเพื่อชีวิต

ตาราง 42 แนวเพื่อชีวิต		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	128	42.67
2. มาก	82	27.33
3. ปานกลาง	65	21.67
4. น้อย	14	4.67
5. ควรปรับปรุง	11	3.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



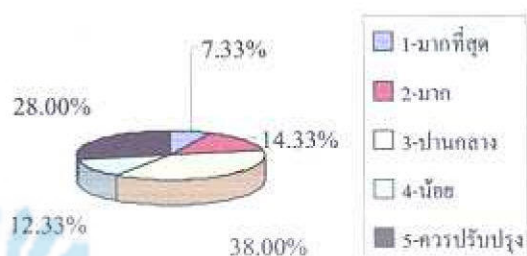
4) แนววีรอก

ตาราง 43 แนววีรอก		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	160	53.33
2. มาก	97	32.33
3. ปานกลาง	43	14.33
4. น้อย		0.00
5. ควรปรับปรุง		0.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



5) แนวยุค SIXTY

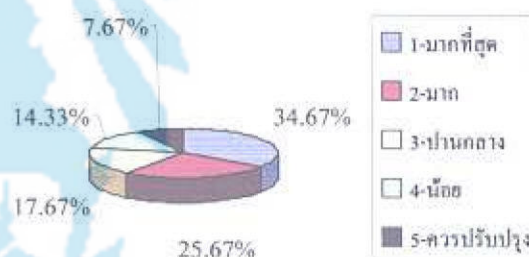
ตาราง 44 แนวยุค SIXTY		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	22	7.33
2. มาก	43	14.33
3. ปานกลาง	114	38.00
4. น้อย	37	12.33
5. ควรปรับปรุง	84	28.00
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 46 แนวยุค SIXTY

6) ทุกแนว

ตาราง 45 ทุกแนว		
ความพึงพอใจ	ผลรวม	ร้อยละ
1. มากที่สุด	104	34.67
2. มาก	77	25.67
3. ปานกลาง	53	17.67
4. น้อย	43	14.33
5. ควรปรับปรุง	23	7.67
ผลรวมทั้งหมด	300	100.00



ภาพประกอบ 47 ทุกแนว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรี ซึ่งปรากฏผลตามตารางดังนี้

ตาราง 46 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยงตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรี								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	คะแนนเฉลี่ย	Mean	S.D.	แปลผล
1. รูปแบบการให้บริการดนตรี								
1.1. ดนตรีเล่นดีมีคุณภาพ บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการ	125	128	47			4.26	1.07	ระดับมากที่สุด
1.2. แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย	148	88	64			4.28	1.19	ระดับมากที่สุด
1.3 เครื่องเสียงดีมีคุณภาพ	110	90	100			4.03	1.26	ระดับมาก
1.4 นักดนตรีสามารถบรรเลงคิ่งคู่คี่มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยง	79	99	117	5		3.84	1.25	ระดับมาก

2. แนวเพลงของการแสดงที่สถานประกอบการจัดบริการ								
2.1 แนวเพลงร่วมสมัย	126	71	63	40		3.94	1.62	ระดับมาก
2.2 แนวสากลแจ๊ส	25	31	110	58	76	2.57	1.82	ระดับน้อย
2.3 แนวเพื่อชีวิต	128	82	65	14	11	4.01	1.62	ระดับมาก
2.4 แนวร็อก	160	97	43			4.39	1.09	ระดับมากที่สุด
2.5 แนวยุค SIXTY	22	43	114	37	84	2.61	1.86	ระดับปานกลาง
2.6 ทุกแนว	104	77	53	43	23	3.65	1.94	ระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรี ด้านรูปแบบการให้บริการดนตรีมี 4 ด้าน พบว่า 1) ดนตรีเล่นดีมีคุณภาพ บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) 2) แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) 3) เครื่องเสียงดีมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) 4) นักดนตรีสามารถบรรเลงดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ด้านแนวเพลงของการแสดงที่สถานประกอบการจัดบริการมี 6 แนว 1) แนวเพลงร่วมสมัยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) 2) แนวสากลแจ๊สอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.57) 3) แนวเพื่อชีวิตอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) 4) แนวร็อกอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39) 5) แนวยุค SIXTY อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) 6) ทุกแนวเพลง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

สรุปผลการวิเคราะห์ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการบริการดนตรีอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายเข้ามาฟังเพลงเพื่อพักผ่อนหาความบันเทิงเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนการเข้ามาดื่มรับประทานอาหารนั้นเป็นเรื่องรอง เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงเพื่อชีวิตได้แก่กลุ่มคนในท้องถิ่นชื่นชอบเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง หรือนักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงสากลฝรั่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงลูกทุ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวบ้านคนในท้องถิ่นที่นิยมเพลงลูกทุ่ง คนในพื้นที่ ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงร็อกได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชน วัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงจีนสากลได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจีนมาเลเซีย เป็นต้น ดังนั้นการบริการดนตรีตามสถานประกอบการร้านอาหารหรือสถานบันเทิงจะเป็นตัวบ่งบอกหรือจังกัดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เห็นได้อย่างเด่นชัด

2. แนวทางการพัฒนาการแสดงดนตรีในสถานประกอบการที่จัดบริการดนตรี มีแนวทางที่สำคัญดังนี้

1. จัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. จัดตั้งกองทุน ในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ประกอบการ หลังจากไม่สามารถทำงานได้ทุกกรณี ซึ่งนอกเหนือจากประกันสังคมที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้
3. จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นรองรับ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการในวิชาชีพให้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญมากยิ่งขึ้น และเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานได้เป็นอย่างดี และมีการประกันมาตรฐาน ประเมินผลโดยการสอบวัดระดับอย่างต่อเนื่องเป็นประจำและมีประกาศมอบให้แก่ผู้เข้าร่วม
4. สร้างเครือข่ายสมาคมอาชีพนักดนตรี เพื่อกำหนดร่างพระราชบัญญัติอาชีพ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
5. จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัทหรือผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมการรองรับการจัดประชุมระดับโลก รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย เพราะเป็นจุดขายและน่าสนใจในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ
6. กำหนดคุณคณิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นการควบคุมพื้นฐานซึ่งสามารถบ่งบอกว่าเป็นฟอร์มที่อยู่ในเมืองหาคใหญ่เท่านั้น โดยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ มากกว่า 2 ภาษา เพื่อการประกอบอาชีพโดยเฉพาะ เนื่องจากพนักงานจำเป็นต้องสนทนากับนักท่องเที่ยวเบื้องต้นในการให้บริการ เช่น การเข้าออกอาคาร การให้ข้อมูลเส้นทางนักท่องเที่ยว ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ควรจัดสัมมนานักดนตรีชาวไทยเพื่อเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษพัฒนาบุคลิกภาพและระบบการทำงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพให้ทัดเทียมกับนักดนตรีต่างชาติ โดยการพัฒนาพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถและทักษะในการใช้ภาษาที่ดี ควรมีสถาบันฝึกสอนการร้องเพลงสากล โดยเฉพาะเพื่อให้นักร้องนักดนตรีชาวไทยได้มีโอกาส ฝึกฝน อย่างจริงจัง ทำให้มีความสามารถในการบรรเลงเพลงได้หลายแนวในระดับมืออาชีพ เพื่อการสื่อสารที่ดี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่ทำให้ บรรลุเป้าหมายความสำเร็จตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้กำหนดไว้เช่น ต้องมีความพร้อมทางด้านวัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานและมีไหวพริบปฏิภาณสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความสัมพันธ์ฉันท์มิตร ความผูกพัน ความใกล้ชิดสนิทสนมและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่นในสถานประกอบการ มีจรรยาบรรณและซื่อสัตย์ต่ออาชีพและพัฒนาฝีมือให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ให้ผู้ใช้บริการและผู้ว่าจ้างยอมรับในความสามารถเป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และควรจะได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชนเป็นอย่างดี

8. จัดศูนย์กลางหน่วยงานประสานงานระหว่างผู้ใช้บริการคนตรีและผู้ให้บริการ ในกรณีต้องการวงดนตรีแนวเพลงต่างๆ โดยภาครัฐหรือสมาคมเป็นผู้จัดหาให้
9. จัดแผนการตลาดท่องเที่ยว จัดให้มีโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว จัดรูปแบบเพจเพจร่วมกับบริษัททัวร์
10. จัดกิจกรรมเสริมควบคู่กับกิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยวทั่วไทยเมืองหาดใหญ่ตลอดปี เช่น งานลอยกระทง วันสงกรานต์ วันปีใหม่
11. จัดกิจกรรมประกวดฝีมือการแสดงคอนเสิร์ตดนตรีที่เล่นอยู่ในเมืองหาดใหญ่ โดยกำหนดให้มีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ตลาดท่องเที่ยว มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแนวเศรษฐกิจและแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ
12. จัดทำมาตรฐานของการแสดงดนตรีที่ให้บริการเป็นสิ่งชี้แนะและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการและจัดว่าสถานประกอบการที่มีการจัดแสดงดนตรีเป็นเรื่องที่ควรปฏิบัติเพื่อยกระดับสถานประกอบการให้สูงขึ้นหรือมีมาตรฐานภาครัฐรองรับสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ จัดให้มีการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ (ประเภทสถานบันเทิง) ในประเทศไทย
13. ตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านดนตรีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านดนตรี คัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านดนตรี เพื่อช่วยพัฒนานักดนตรีชาวไทยให้มีคุณภาพ และเข้าสู่งานในสถานประกอบการ โดยมีการตั้งกรรมการที่เป็นกลาง และมีมาตรฐาน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบความสามารถของนักดนตรี และวงดนตรีทั้งของไทยและชาวต่างชาติอย่างเสมอภาคและยุติธรรม
14. จัดตั้งองค์กร/สมาคมทางด้านดนตรีขึ้น เพื่อช่วยผลักดันในสถานประกอบการและได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม และมีองค์กรควบคุมดูแลนักดนตรีมืออาชีพ และสามารถออกไปรับรองแสดงระดับฝีมือได้
15. นักดนตรีต้องมีจรรยาบรรณและซื่อสัตย์ต่ออาชีพ และพัฒนาฝีมือให้เป็นที่น่าเชื่อถือให้ผู้ใช้บริการและผู้ว่าจ้างยอมรับในความสามารถ และการมีวินัยในตนเอง เช่นการแต่งกาย การตรงต่อเวลา การไม่ดื่มของมึนเมาขณะปฏิบัติงาน การยิ้มแย้มแจ่มใส การมีสัมมาคารวะ การอ่อนน้อมถ่อมตนเป็นต้น ต้องมีความสัมพันธ์อันดีมิตร ความผูกพัน และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่นในสถานประกอบการ ต้องมีพฤติกรรมที่ตอบสนองค่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถและทักษะในการใช้ภาษาที่ดี เพื่อการสื่อสารที่ดีสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่ทำให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้กำหนดไว้ ต้องมีความพร้อมทางด้านวัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานและมีไหวพริบปฏิภาณ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

16. ปลุกฝังนักดนตรี มีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยคี อ่อนน้อมถ่อมตน มีมารยาทในการแสดง คี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ใช้วัฒนธรรมไทยและปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

17. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการบริหารกิจการ เช่นการสร้าง ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารกิจการ ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ แรงงาน ด้านภาษี การบริหารจัดการ รวมไปถึงการหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ การ ปรับปรุงระบบการส่งเงินประกันสังคมเพื่อเอื้อประโยชน์สุขให้สำหรับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบ อาชีพทุกอาชีพ รวมไปถึงการกำหนดช่องทางลัดในกรณีมีข้อพิพาทเกิดขึ้น ซึ่งภาครัฐถือเป็นผู้มี บทบาทสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

18. ควรมีการจัดแบ่งประเภทของการบริการที่มีบริการคนตรี เช่นเกี่ยวกับการบริการ มาตรฐานโรงแรมที่มีการจัดระดับ เช่น

- การจัดโครงสร้างสถานบริการ (ประเภทสถานบันเทิง)ให้มีโครงสร้าง รูปแบบ แบบแผนที่มีมาตรฐานกำกับกับการก่อสร้าง รวมถึงวัสดุที่ใช้ก่อสร้าง
- การจัดขนาดสถานบริการ (ประเภทสถานบันเทิง)
- มาตรฐานรูปแบบการบริการ
- มาตรฐานรูปแบบการจำหน่าย
- มาตรฐานผู้บริโภคร

19. การหนังสือรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อรับรองการเปิดสถานบริการนั้น จะต้องมีกระบวนการดังนี้

(1) ผู้ประกอบการที่ขอให้รับรองสถานบริการ (ประเภทสถานบันเทิง) นั้นจะต้อง ควบคุมดูแลในกิจการตามระเบียบข้อบังคับพระราชบัญญัติโดยเคร่งครัด และต้องอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบ ให้กับผู้ตรวจสอบทุกขั้นตอน ทุกกรณี และต้องปฏิบัติตามข้อเสนอแนะที่ ให้ไว้ในตรวจสอบ

(2) อุปกรณ์ในการบริการ (ประเภทสถานบันเทิง)ทุกชนิดต้องสะอาดถูกหลัก สุขอนามัย

(3) กระบวนการทำความสะอาดอุปกรณ์ในการประกอบอาหารต้องสะอาดถูก หลักสุขอนามัย

(4) ผู้ประกอบการต้องมีที่ปรึกษาและหรือที่ปรึกษาพิเศษประจำสถานประกอบการ อย่างถูกต้อง

20. ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตที่ได้รับรับรองแล้ว ต้องจัดวางใบรับรองให้เห็นและ ตรวจสอบได้โดยเปิดเผย

21. การพัฒนาหลักสูตร และพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชาดนตรี สาขาวิชาการขับร้อง สาขาวิชาศิลปการแสดง และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิง สาขาวิชาชีพครู

และสาขาอื่นๆ ในสถาบันอุดมศึกษา ให้มุ่งเน้นการฝึกฝนอบรมกล่อมเกล่าอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง เพื่อให้บุคคลที่เข้ารับการเรียน การศึกษา หรือนักเรียน นักศึกษามีคุณลักษณะที่สำคัญในด้านความมีวินัยในตนเองความรับผิดชอบ ความสามารถสื่อสาร โดยใช้ภาษาที่สองได้แก่ ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมัน ฝรั่งเศส ได้ ตลอดจนสามารถพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้เป็นคนที่มีบุคลิกภาพดี และเป็นคนใฝ่หาความรู้มุ่งพัฒนาตนเองอยู่เสมอ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ วิธีดำเนินงานวิจัยประกอบด้วยขอบเขตด้านเนื้อหาได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและคนตรีในการจัดบริการคนตรี เนื้อหาการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านขอบเขตด้านพื้นที่วิจัยผู้วิจัยจะจงเลือกพื้นที่สถานประกอบการที่จัดบริการคนตรีในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากหาดใหญ่เป็นเมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ อยู่ห่างจากด่านสะเดาเพียง 60 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษา และการท่องเที่ยว ร้านค้าพาณิชย์ต่างๆจากการรวบรวมข้อมูลของสมาคมหอการค้าจังหวัดสงขลา เทศบาลเมืองหาดใหญ่ การท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่ ขอบเขตด้านระยะเวลาผู้วิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2550 - ธันวาคม 2552 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย เอกสารและงานวิจัยที่มีการศึกษาไว้ในประเด็นที่เกี่ยวกับการบริการคนตรี ประเภทคนตรีที่จัดบริการในสถานท่องเที่ยว กฎหมายการคุ้มครองลิขสิทธิ์คนตรี แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว แนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเมืองสงขลาอย่างยั่งยืน นโยบายแห่งรัฐกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยุทธศาสตร์/แนวทางการพัฒนาสามปี อำเภอหาดใหญ่ บริบทพื้นที่วิจัยอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากภาคสนามประกอบด้วย การสำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง การสนทนากลุ่มนุคลากรผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้จัดการสถานประกอบการ สมาคมคนตรี ผู้บริหารเทศบาลเมืองหาดใหญ่ ผู้บริหารท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมืองหาดใหญ่ ดำรวจภูธรเมืองหาดใหญ่ นักวิชาการ นักคนตรี ผู้บริหารสถาบันการศึกษาที่สอนคนตรี ประชาชนนักท่องเที่ยวทั่วไป การตรวจสอบข้อมูลประกอบด้วยการตรวจสอบข้อมูลการตรวจสอบด้านทฤษฎี การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อเก็บข้อมูลภาคสนามและตรวจสอบข้อมูลแล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัยโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสาร

และข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ตามแนวคิดของ สฎางค์ จันทวานิช 5 ขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ชี้นำเสนอผลการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ ตามประเด็นที่วิจัย การนำเสนองานวิจัยประกอบด้วยประเด็นดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มี 2 ส่วน คือ

1. ผลการศึกษา ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 62.67

อายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในระหว่าง 31-40 ปีเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 42.00

รายได้ ส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 15,000 – 20,000 ร้อยละ 34.67 และ มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 34.00

การศึกษา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.67

อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เป็นของตนเอง ร้อยละ 35.67

สถานภาพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่า โสดร้อยละ 62.67

1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี

1) ห้องจัดแสดง พบว่า นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.41) ความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ระดับมาก

2) ห้องน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) มีห้องน้ำบริการเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80)

3) สถานที่ภายนอกตัวอาคาร พบว่านักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับร้านที่ดึงในทำเลที่เหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) เส้นทางสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้านอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) มีความปลอดภัยในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตกแต่งภายนอกร้านอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

4) โดยภาพรวมทั้งหมด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวย เช่น สะดวกในการเดินทางมากกว่า มีรายได้เพียงพอสำหรับการหาความสุขพักผ่อนในสถานบันเทิงต้องการพบปะเพื่อนฝูงหาความสนุกสนาน พุดคุยกับเพศตรงข้าม ฟังเพลง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวผู้ชายปฏิบัติได้โดยไม่เสื่อมเสียมากกว่าเพศหญิงในสังคมไทย สำหรับอายุนักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 31-40 ปี เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดเนื่องจากอยู่ในวัยที่พลังกำลังแข็งแรงและเริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง ส่วนช่วยอายุ 41 ปีขึ้นไปเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนน้อยเนื่องจากผู้ที่สูงอายุมีสุขภาพไม่ค่อยแข็งแรง แต่ในบางสถานที่จะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใหญ่โดยเฉพาะเช่น ร้านเดอะวันคลับ (The One Club) หรืออีกปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคัดแยกนักท่องเที่ยวก็คือแนวเพลงที่บรรเลงในสถานประกอบการนั้นเอง กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีรสนิยมชื่นชอบในแนวเพลงเพื่อชีวิตนักท่องเที่ยวก็จะนิยมเข้าไปใช้บริการเช่น ร้านหวันแดง หรือถ้าชอบแนวเพลงร็อกหรือร็อคแนวแข็ง ซิว เสียง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของวัยรุ่นอายุ 20-30 ปี ก็จะเลือกเข้าไปท่องเที่ยวในสถานบริการนั้นๆ เช่นร้าน โซตัส ผับ (Sotus Pubb) เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ที่ไม่ได้กล่าวถึงจะมีลักษณะที่ซ้ำหรือคล้ายคลึงกันในรูปแบบการบริการคนตรี สำหรับร้านที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย ได้แก่ร้าน โทสเรเซอร์ (Post Laserdisc) ร้านที่นักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาตินิยมเข้าได้แก่ร้าน ดีฟวันเดอร์ (Deep Wonder) เป็นต้น ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ห้ามเข้าสถานบริการเป็นไปตามพระราชบัญญัติปี 2547 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีเนื่องจากสภาพแวดล้อมในเมืองหาดใหญ่มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงรับพระราชทานปริญญาบัตรสถานบันเทิงจะคึกคักเป็นพิเศษ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เป็นของตนเองลดหันตามลำดับเป็นค้าขาย บริษัทเอกชน โดยเฉพาะนักธุรกิจที่มาจากประเทศมาเลเซียที่นิยมมาท่องเที่ยวในสถานบันเทิงหาดใหญ่ รองลงมาธุรกิจ นักศึกษาสุดท้ายเป็นอาชีพข้าราชการ สำหรับสถานภาพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่าโสด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการตกแต่งภายใน ห้องจัดแสดงโดยรวมอยู่ในระดับสูง สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย มีความสะอาดในเกณฑ์ดี ที่นั้รองรับนักท่องเที่ยวมีเพียงพอเหมาะสม ความปลอดภัยในการใช้บริการจัดว่าอยู่ในเกณฑ์สูง ความพึงพอใจในการบริการร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสมพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้การเดินทางไปสถานประกอบการ ไม่ใช่เรื่องใหญ่หรือเรื่องสำคัญนักของนัก ท่องเที่ยว ความสะอาดของห้องน้ำอยู่ในระดับปานกลาง มีห้องน้ำแยกเพศชายหญิงเพียงพอ มีความปลอดภัยในการใช้บริการห้องน้ำระดับปานกลาง มีการแบ่งแยกห้องน้ำชายหญิงอย่างเป็นสัดส่วน แสงสว่างเพียงพอ ความสะอาดอยู่ในเกณฑ์สูง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่โดยภาพรวมทั้งหมดพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

2. แนวทางการพัฒนาการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี ดังนี้

1. จัดมาตรฐานการบริการให้กับสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการโดยมีป้ายหรือประกาศแสดงให้เห็นชัดเจนว่ามีมาตรฐานอยู่ในระดับใด เช่น เกี่ยวกับการจัดมาตรฐาน ISO

การกำหนดมาตรฐานสถานบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 มาตรฐานระดับพื้นฐาน (Minimum Standard) หมายถึง ระดับมาตรฐานที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมี และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 มาตรฐานการส่งเสริม (Voluntary Standard) เป็นระดับมาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระดับคุณภาพบริการซึ่งผู้ประกอบการควรมีและควรปฏิบัติให้ได้เพิ่มเติมจากมาตรฐานระดับพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยใช้สัญลักษณ์รูปดาวห้าแฉก เป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งระดับมาตรฐานบริการ โดยจัดแบ่งเป็น 5 ระดับเรียงลำดับจากน้อยไปมาก

จัดทำกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานสถานบริการ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ การสื่อสารการตลาด การบริการ การตระหนักและรักษาและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ความปลอดภัย บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว หรือมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหาร

2. ฝึกซ้อมจำลองเหตุการณ์จริงอย่างประจำและต่อเนื่องหากเกิดเหตุร้าย เพื่อเกิดความคล่องตัว และสามารถปฏิบัติการแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ดำเนินการเกี่ยวกับสถานที่ ดำเนินการสร้างอาคารสถานที่ที่ได้มาตรฐาน มีทั้งห้องปกติและห้องพิเศษ ภายในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องเข้มงวดในการดำเนินการการก่อสร้างอาคารและสถานที่ และเข้มงวดทางด้านการบริการแฝง ยานศพติด เขาวงกตอายุต่ำกว่า 18 ปี พร้อมกับการขายบริการทางเพศเป็นพิเศษ

4. ประสานความร่วมมือกำหนดขอบเขต หรือขีดจำกัดความพร้อมทางด้านขนาดของสถานประกอบการ ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดแนวทางว่าสถานประกอบการที่ให้บริการเป็นสถานบริการขนาดเล็กรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 100 คน ขนาดกลางรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 200 คนหรือขนาดใหญ่รองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 1,000 คน เป็นต้น

5. ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือในการขอใบอนุญาตก่อสร้างให้ระบุให้ชัดเจนว่าเป็นอาคารพาณิชย์หรือสถานบันเทิงตามกฎหมายด้วยการขออนุญาตก่อสร้างอาคารสถานบริการ ว่าอาคารนั้นถูกต้องรวมถึงใบอนุญาตสถานบริการจากตำรวจ โดยเฉพาะอำนาจการให้เปิดปิดสถานบริการ และควรปฏิบัติตามองค์ประกอบตามพระราชบัญญัติสรรพสามิตสถานบริการประเภทไนท์คลับและดิสโกเธคโดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือใช้เครื่องเสียง หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง

6. ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือการบริหารจัดการและคุณภาพวัสดุอุปกรณ์ โครงสร้างอาคาร ในการบริการจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและจะต้องป้องกันมิให้ก่อเหตุรำคาญ แก่ผู้ใช้บริการและชุมชนข้างเคียง อย่างเช่น ระบบบำบัดน้ำเสีย การควบคุมกลิ่นและระบบควบคุม อากาศ มีการตกแต่งสถานที่อาคารให้สะอาด สวยงาม กวียึดปฏิบัติตามพระราชบัญญัติสถาน บริการ พ.ศ.2541 ต้องจดทะเบียนการค้า และ/หรือ ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและในการเปิดกิจการค้า และควรปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การขอเปิดสถานบันเทิงประเภทร้องเพลง ฟังเพลงและเดินร่าอย่าง เคร่งครัด

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีใน อุทยานธรรมชาติท่องเที่ยวอ่าวหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มี 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการศึกษา ดังนี้

1. ด้านการบริการของพนักงานในร้าน พบว่าด้านการบริการของพนักงานในร้าน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) การให้บริการด้วยความสะอาด รวดเร็วอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) การดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้นเต็มใจอยู่ในระดับปาน กลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) เสื้อผ้าการแต่งกายของพนักงานสุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีบริการ ชาย/หญิงเพียงพออยู่ในระดับในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

2. การส่งเสริมการตลาด โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

สรุปโดยภาพรวมทั้งหมดพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่ เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีมีความพึงพอใจค่อนข้างสูงทุกด้าน เนื่องจากสถานประกอบการทุก ที่มุ่งเน้นการบริการเป็นหัวใจสำคัญหรือกล่าวได้ว่า ลูกค้านือพระเจ้าฉะนั้นหากทำให้ลูกค้ามีความ พึงพอใจ ประทับใจในการบริการมากเท่าใดพนักงานก็จะได้ค่าตอบแทนกลับมาคุ้มค่า การบริการที่ รวดเร็ว มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย บรรยากาศที่ร่มเย็นและพนักงานให้การบริการดี ไม่ว่าจะ เป็นราคาอาหารและเครื่องดื่มด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและมีการแสดงราคาที่ชัดเจน ในด้านเสื้อผ้าในเครื่องแบบการแต่งกายบ้างร้านจะเน้นแต่งกาย ชั่วชวน ล้อแหลมเพื่อมุ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นสำคัญจึงทำให้ขาดความสุภาพเรียบร้อยไป จำนวนหลายร้านแต่ทั้งนี้การแต่งกายที่ล้อแหลมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร้าน ได้เป็นอย่างดี รวมถึงไปโรมันชั้นการแสดงของบรรดานักแสดงสาวที่เรียกว่า โค โยตินั้นจะมีปรากฏ ให้เห็นเกือบทุกร้านเป็นการสร้างสีสัน โดดเด่น ในการแสดง ได้เป็นอย่างดีและเพื่อเป็นการให้วงดนตรีได้ หุตุพักช่วงได้ บางครั้งการบริการก็ต้องใช้ความยืดหยุ่นเข้ามาช่วย เพราะแต่ละวันต้องเจอลูกค้า มากหน้าหลายตา หลากอารมณ์ แม้แต่ลูกค้าคนเดียวกันก็ยังต้องใช้เทคนิคการบริการที่แตกต่างกันในแต่ละ วัน พนักงานบริการจะทำตามเพียงแต่มาตรฐานที่ถูกกำหนดขึ้นตายตัวอย่างเดียวนั้นได้ แต่เราต้องดู

เจตนาธรรม ความต้องการของลูกค้าด้วย หรือแม้แต่การบริการลูกค้าเกินมาตรฐานแต่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพอใจและไม่ทำให้องค์กรเสียหาย เช่นนี้เราก็เรียกว่าการบริการเกินความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าบางท่านไม่ได้ตีค่าความมีมาตรฐานจากความใหญ่โตของสถานประกอบการหรือความมีชื่อเสียง แต่ทุกท่านที่เข้ามาใช้บริการต่างก็ต้องการได้รับความพึงพอใจอย่างที่คาดหมาย การต้อนรับอย่างมีน้ำใจจริงใจของพนักงานบริการ และความช่วยเหลืออย่างมีมิตรเมตตาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาสถานประกอบการไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ หากทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ก็มักจะได้รับการชื่นชมว่าเป็นการบริการที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นเราจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ก็เป็นอีกหนึ่งอย่างที่น่ามาใช้วัดมาตรฐานของการบริการเช่นเดียวกัน การให้บริการให้อยู่ในระดับที่มีคุณภาพและมาตรฐานถือเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับค่อนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปนั่นหมายถึงว่าเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นในด้านการให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างดี

2. แนวทางการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี ดังนี้

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรฐานการบริการของประเทศไทย โดยเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อส่งเสริมพัฒนากองท่องเที่ยว (ประเภทสถานบันเทิง) ให้เป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป
2. กำหนด แนวทางระดับคุณภาพการบริการ เป็นมาตรฐานสากล 5 ระดับ คือ ดาวเดียว สองดาว สามดาว สี่ดาว และห้าดาว การจัดกลุ่มระดับของสถานบริการมีผลคือต่อการยกระดับการท่องเที่ยวแล้วยังนับเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของสถานประกอบการในแต่ละกลุ่มด้วย
3. ควรปฏิบัติตามคุณสมบัติที่ดีที่พึงปฏิบัติค่อนักท่องเที่ยวของพนักงานเสิร์ฟหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องในสถานประกอบการ
4. จัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. จัดตั้งกองทุน ในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ประกอบการอาชีพหลังจากไม่สามารถทำงานได้ทุกกรณี ซึ่งนอกเหนือจากประกันสังคมที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้
6. จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นรองรับ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพ มาตรฐานการบริการในวิชาชีพให้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญมากยิ่งขึ้น และเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานได้เป็นอย่างดี และมีการประกันมาตรฐาน ประเมินผลโดยการสอบวัดระดับอย่างต่อเนื่องเป็นประจำและมีประกาศมอบให้แก่ผู้เข้าร่วม
7. จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัทหรือผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมการรองรับการจัดประชุมระดับโลก รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย เพราะเป็นจุดขายและน่าสนใจในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ

8. กำหนดชุดยูนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นการควบคุมพื้นฐานซึ่งสามารถบ่งบอกว่าเป็นฟอร์มที่อยู่ในเมืองหาคใหญ่เท่านั้น โดยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น

9. จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ มากกว่า 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีนเพื่อการประกอบอาชีพโดยเฉพาะ เนื่องจากพนักงานจำเป็นต้องสนทนากับนักท่องเที่ยวเบื้องต้นในการให้บริการ

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรี มี 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการศึกษา

1. รูปแบบการให้บริการดนตรี มี 4 ด้านพบว่า 1) ดนตรีเล่นดีมีคุณภาพ บรรเลงได้ตามคำขอของผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) 2) แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) 3) เครื่องเสียงดีมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) 4) นักดนตรีสามารถบรรเลงดึงดูดผู้มาใช้บริการและให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

2. แนวเพลงของการแสดงที่สถานประกอบการจัดบริการ มี 6 แนว พบว่า 1) แนวเพลงร่วมสมัยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) 2) แนวสากลแจ๊สอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.57) 3) แนวเพื่อชีวิตอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) 4) แนวร็อคอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39) 5) แนวยุค SIXTY อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) 6) ทุกแนวเพลง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

สรุปผลการวิเคราะห์ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการบริการดนตรีอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายเข้ามาฟังเพลงเพื่อพักผ่อนความบันเทิงเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนการเข้ามาดื่มรับประทานอาหารนั้นเป็นเรื่องรอง เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงเพื่อชีวิตได้แก่กลุ่มคนในท้องถิ่นชื่นชอบเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง หรือนักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงสากลฝรั่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงลูกทุ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวบ้านคนในท้องถิ่นที่นิยมเพลงลูกทุ่ง คนในพื้นที่ ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงร็อคได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวชน วัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงจีนสากลได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจีนมาเลเซียเป็นต้น ดังนั้นการบริการดนตรีตามสถานประกอบการร้านอาหารหรือสถานบันเทิงจะเป็นตัวบ่งบอกหรือจำกัดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เห็นได้อย่างเด่นชัด

2. แนวทางการพัฒนาการแสดงดนตรีในสถานประกอบการที่จัดบริการดนตรี มีดังนี้

1. จัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างเอกลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. จัดตั้งกองทุน ในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ประกอบการอาชีพหลังจากไม่สามารถทำงานได้ทุกกรณี ซึ่งนอกเหนือจากประกันสังคมที่หน่วยงานภาครัฐจัดให้
3. จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นรองรับ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการในวิชาชีพให้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญมากยิ่งขึ้น และเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานได้เป็นอย่างดี และมีการประกันมาตรฐาน ประเมินผลโดยการสอบวัดระดับอย่างต่อเนื่องเป็นประจำและมีประกาศมอบให้แก่ผู้เข้าร่วม
4. สร้างเครือข่ายสมาคมอาชีพนักดนตรี เพื่อกำหนดร่างพระราชบัญญัติอาชีพ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
5. จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัทหรือผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมการรองรับการจัดประชุมระดับโลก รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย เพราะเป็นจุดขายและน่าสนใจในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ
6. กำหนดคชชุนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นการควบคุมพื้นฐานซึ่งสามารถบ่งบอกว่าเป็นฟอร์มที่อยู่ในเมืองหาดใหญ่เท่านั้น โดยสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ มากกว่า 2 ภาษา เพื่อการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะ เนื่องจากพนักงานจำเป็นต้องสนทนากับนักท่องเที่ยวเบื้องต้นในการให้บริการ เช่น การเข้าออกอาคาร การให้ข้อมูลเส้นทางนักท่องเที่ยวได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ควรจัดสัมมนานักดนตรีชาวไทยเพื่อเสริมความรู้ด้านภาษาอังกฤษพัฒนาบุคลิกภาพและระบบการทำงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพให้ทัดเทียมกับนักดนตรีต่างชาติ โดยการพัฒนาพฤติกรรมที่ตอบสนองค่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถและทักษะในการใช้ภาษาที่ดี ควรมีสถาบันฝึกสอนการร้องเพลงสากลโดยเฉพาะเพื่อให้นักร้องนักดนตรีชาวไทยได้มีโอกาส ฝึกฝนอย่างจริงจัง ทำให้มีความสามารถในการบรรเลงเพลงได้หลายแนวในระดับมืออาชีพ เพื่อการสื่อสารที่ดี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่ทำให้ บรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้กำหนดไว้เช่น ต้องมีความพร้อมทางด้านวัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานและมีไหวพริบปฏิภาณสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความสัมพันธ์ฉันมิตร ความผูกพัน ความใกล้ชิดสนิทสนมและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานร่วมกับคนอื่นในสถานประกอบการ มีจรรยาบรรณและชื่อเสียงต่ออาชีพและพัฒนาฝีมือให้เป็นที่น่า

เชื่อถือให้ผู้ให้บริการและผู้ว่าจ้างยอมรับในความสามารถเป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และควรจะได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชนเป็นอย่างยิ่ง

8. จัดศูนย์กลางหน่วยงานประสานงานระหว่างผู้ใช้บริการคนตรีและผู้ให้บริการ ในกรณีต้องการตรวจคนตรีแนวเพลงต่างๆ โดยภาครัฐหรือสมาคมเป็นผู้จัดหาให้

9. จัดแผนการตลาดท่องเที่ยว จัดให้มีโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่ม นักท่องเที่ยว จัดรูปแบบเพจเจอร์ร่วมกับบริษัททัวร์

10. จัดกิจกรรมเสริมควบคู่กับกิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยวทั่วไทยเมืองหาดใหญ่ ตลอดปี เช่น งานลอยกระทง วันสงกรานต์ วันปีใหม่ ฯลฯ

11. จัดกิจกรรมประกวดฝีมือการแสดงคอนเสิร์ตคนตรีที่เล่นอยู่ในเมืองหาดใหญ่ โดยกำหนดให้มีส่วนร่วมต่อการพัฒนา ตลาดท่องเที่ยว มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแนวเศรษฐกิจและแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ

12. จัดทำมาตรฐานของการแสดงคนตรีที่ให้บริการเป็นสิ่งชี้แนะและดึงดูดให้ นักท่องเที่ยว เข้ามาใช้บริการและจัดว่าสถานประกอบการที่มีการจัดแสดงคนตรีเป็นเรื่องที่ควรปฏิบัติ เพื่อยกระดับสถานประกอบการ ให้สูงขึ้นหรือมีมาตรฐานภาครัฐรองรับสร้างความมั่นใจให้ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ จัดให้มีการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานเพื่อยกระดับ คุณภาพการให้บริการ (ประเภทสถานบันเทิง) ในประเทศไทย

13. ตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านคนตรีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านคนตรี คัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านคนตรี เพื่อช่วยพัฒนานักคนตรี ชาวไทยให้มีคุณภาพ และเข้าสู่งานในสถานประกอบการ โดยมีการตั้งกรรมการที่เป็นกลาง และมี มาตรฐาน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบความสามารถของนักคนตรี และวงคนตรีทั้งของไทยและชาวต่าง ชาติอย่างเสมอภาคและยุติธรรม

14. จัดตั้งองค์กร/สมาคมทางด้านคนตรีขึ้น เพื่อช่วยผลักดันในสถานประกอบการ และได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม และมีองค์กรควบคุมดูแลนักคนตรีมีอาชีพ และสามารถออก ใบรับรองได้

15. นักคนตรีต้องมีจรรยาบรรณและชื่อสัตย์ต่ออาชีพ และพัฒนาฝีมือให้เป็นที่น่า เชื่อถือ ให้ผู้ให้บริการและผู้ว่าจ้างยอมรับในความสามารถ และการมีวินัยในตนเอง มีพฤติกรรมที่ คอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถและทักษะ ในการใช้ภาษาที่ดี เพื่อการ สื่อสารที่ดีสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีความพร้อมทาง ด้านวัสดุอุปกรณ์ หรือเครื่องมือ เครื่องใช้ในการทำงานและมีไหวพริบปฏิภาณ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

16. ปลูกฝังนักคนตรี มีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี อ่อนน้อมถ่อมตน มีมารยาทในการ แสดงดี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ใช้วัฒนธรรมไทยและปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว

17. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการบริหารกิจการ เช่นการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารกิจการ ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน ด้านภาษี การบริหารจัดการ รวมไปถึงการหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ การปรับปรุงระบบการส่งเงินประกันสังคมเพื่อเอื้อประโยชน์สุขให้สำหรับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบอาชีพทุกอาชีพ รวมไปถึงการกำหนดช่องทางลัดในกรณีมีข้อพิพาทเกิดขึ้น ซึ่งภาครัฐถือเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

18. ควรมีการจัดแบ่งประเภทของการบริการที่มีบริการคนตรี เช่นเดียวกับการบริการมาตรฐานโรงแรมที่มีการจัดระดับ

19. หนังสือรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อรับรองการเปิดสถานบริการนั้นจะต้องควบคุมดูแลในกิจการตามระเบียบข้อบังคับพระราชบัญญัติ โดยเคร่งครัด และต้องอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบ ให้กับผู้ตรวจสอบทุกขั้นตอน ทุกกรณี และต้องปฏิบัติตามข้อเสนอแนะที่ให้ไว้ใน การตรวจสอบและผู้ประกอบการต้องมีที่ปรึกษาและหรือที่ปรึกษาพิเศษประจำสถานประกอบการอย่างถูกต้อง

20. ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตที่ได้รับรับรองแล้ว ต้องจัดวางใบรับรองให้เห็น และตรวจสอบได้โดยเปิดเผย

21. การพัฒนาหลักสูตร และพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชาคนตรี สาขาวิชาการขับร้อง สาขาวิชาศิลปการแสดง และสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิง สาขาวิชาชีพครูและสาขาอื่นๆ ในสถาบันอุดมศึกษา ให้มุ่งเน้นการฝึกฝนอบรมกล่อมเกลาย่างจริงจัง และต่อเนื่อง เพื่อให้บุคคลที่เข้ารับการเรียน การศึกษา หรือนักเรียน นักศึกษามีคุณลักษณะที่สำคัญในด้านความมีวินัยในตนเองความรับผิดชอบ ความสามารถสื่อสาร โดยใช้ภาษาที่สองได้แก่ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมัน ฝรั่งเศส ได้ ตลอดจนสามารถพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้เป็นคนที่มีบุคลิกภาพดี และเป็นคนใฝ่หาความรู้มุ่งพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลของการศึกษาวิจัยดำเนินการวิจัยตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) ผลการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามี มาตรฐานเกือบทั้งหมด มีความเหมาะสมด้านราคา ความสะอาดของบริเวณอาคารและสถานที่ การบริการมีมาตรฐานดี มีความปลอดภัย มีความประทับใจพึงพอใจที่สถานประกอบการมีบริการดีมีมาตรฐานและมีคุณภาพ และจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต จากผลสรุปงานวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมซึ่งสามารถอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับธุรกิจการบริการประเภทบริการคนตรีทางสังคมได้ดังนี้ สถานประกอบการ ที่มีการจัดการบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ สร้างความบันเทิง สร้างความสุข ความสบายใจ ความพึงพอใจ สามารถตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ ซึ่งเป็นความของการของมนุษย์ของนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง และเมื่อสถานประกอบการดังกล่าว มีหน้าที่ในการจรรโลงสังคมหรือมีหน้าที่ลดภาวะความตึงเครียด สามารถตอบสนองทางด้านจิตใจของสังคมได้แล้ว ก็จะทำให้กลไกของหรือ โครงสร้างสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขได้

2) แนวทางการพัฒนา ได้แก่ (1) จัดมาตรฐานการบริการให้กับสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการโดยมีป้าย หรือประกาศแสดงให้เห็นชัดเจนว่ามีมาตรฐานอยู่ในระดับใด เช่นเกี่ยวกับการจัดมาตรฐาน ISO (2) ฝึกซ้อมจำลองเหตุการณ์จริงอย่างประจำและต่อเนื่องหากเกิดเหตุร้าย สามารถปฏิบัติการณ์แก้ไขสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) ดำเนินการสร้างอาคารสถานที่ที่ได้มาตรฐาน มีทั้งห้องปกติและห้องพิเศษ ภายในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย (4) ประสานความร่วมมือกำหนดขอบเขต หรือขีดจำกัดความพร้อมทางด้านขนาดของสถานประกอบการในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว (5) ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือในการขอใบอนุญาตก่อสร้างให้ชัดเจนว่าเป็นอาคารพาณิชย์หรือสถานบันเทิงตามกฎหมายด้วยการขออนุญาตก่อสร้างอาคารสถานบริการ (6) ทำข้อตกลงประสานความร่วมมือการใช้คุณภาพวัสดุอุปกรณ์ในโครงสร้างอาคาร จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและจะต้องป้องกันมิให้ก่อเหตุรำคาญแก่ผู้ใช้บริการและชุมชนข้างเคียง สวยงาม ควรยึดปฏิบัติตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2541 ต้องจดทะเบียนการค้า และ/หรือ ทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและในการเปิดกิจการค้าอย่างเคร่งครัด

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบ่งเป็น 2 ส่วน

1) ผลการศึกษา โดยภาพรวมทั้งหมดพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีมีความพึงพอใจค่อนข้างสูงทุกด้าน เนื่องจากสถานประกอบการทุกที่มุ่งเน้นการบริการเป็นหัวใจสำคัญหรือกล่าวได้ว่า ลูกค้ายิ่งพอใจเท่าไรพนักงานก็จะได้ค่าตอบแทนกลับมาคุ้มค่าการบริการที่รวดเร็ว มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย บรรยากาศที่ร่มรื่นและพนักงานให้การบริการดี ไม่ว่าจะเป็นราคาอาหารและเครื่องดื่มด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและมีการแสดงราคาที่ชัดเจน ในด้านเสื้อผ้าในเครื่องแบบการแต่งกายบ้างร้านจะเน้นแต่งกายสวยงาม ล้อแหลมเพื่อมุ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นสำคัญจึงทำให้ขาดความสุภาพเรียบร้อยไปจำนวนหลายร้านแต่ทั้งนี้การแต่งกายที่ล้อแหลมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร้านได้เป็นอย่างดี รวมถึงโปรโมชันการแสดงของบรรดานักแสดงสาวที่เรียกว่า โคโยตี้ นั้นจะมีปรากฏให้เห็นเกือบทุกร้านเป็นการสร้างสีสัน โดดเด่นในการแสดงได้เป็นอย่างดีและเพื่อเป็นการให้แขกคนตรีได้หยุดพักช่วงได้ หรือแม้แต่การบริการลูกค้าเกินมาตรฐานแต่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพอใจและไม่ทำให้องค์กรเสียหายเช่นนี้เราก็เรียกว่าการบริการเกินความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าบางคนไม่ได้ตีค่าความมีมาตรฐานจากความใหญ่โตของสถานประกอบการ หรือความมีชื่อเสียงแต่ทุกท่านที่เข้ามาใช้บริการต่างก็ต้องการได้รับความพึงพอใจอย่างที่คาดหวังการต้อนรับอย่างมีน้ำใจจริงของพนักงานบริการและความช่วยเหลืออย่างมีมิตรเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาสถานประกอบการไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ หากทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ก็มักจะได้รับคำชมว่าเป็นการบริการที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นเราจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ก็เป็นอีกหนึ่งอย่างที่นำมาใช้วัดมาตรฐานของการบริการเช่นเดียวกัน จากผลสรุปการวิเคราะห์งานวิจัยสอดคล้องกับ แนวคิดความพึงพอใจว่า ระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็น ไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการแต่ละครั้งได้

2) แนวทางการพัฒนา ได้แก่ (1) เสริมสร้างค่านิยมมาตรฐานการบริการ (2) กำหนดแนวทางระดับคุณภาพการบริการ เป็นมาตรฐานสากล 5 ระดับ (3) ควบคุมติดตามคุณสมบัติที่ดีที่พึงปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวของพนักงานเสิร์ฟหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องในสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด (4) จัดตั้งชมรมและฝึกอบรมเพื่อการสร้างเอกลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ (5) จัดตั้งกองทุนเลี้ยงชีพโดยเฉพาะ (6) จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพ

มาตรฐานการบริการในวิชาชีพ (7) จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัท (8) กำหนดชุดยูนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (9) จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศมากกว่า 2 ภาษา

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แบ่งเป็น 2 ส่วน

1) ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการดนตรีอยู่ในระดับสูง อันเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายเข้ามาฟังเพลงเพื่อพักผ่อนหาความบันเทิงเป็นเป้าหมายหลัก ส่วนการเข้ามาดื่มรับประทานอาหารนั้นเป็นเรื่องรอง เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงเพื่อชีวิตได้แก่กลุ่มคนในท้องถิ่นชื่นชอบเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง หรือนักท่องเที่ยวที่เข้าร้านประเภทมีบริการดนตรีแนวเพลงสากลฝรั่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงลูกทุ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวบ้านคนในท้องถิ่นที่นิยมเพลงลูกทุ่ง ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงร็อกได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวชน วัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา ร้านที่บริการดนตรีแนวเพลงจีนสากลได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจีนมาเลเซียเป็นต้น ดังนั้นการบริการดนตรีตามสถานประกอบการร้านอาหารหรือสถานบันเทิงจะเรื่องชีวิตหรือตัวบ่งบอกกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เห็นได้อย่างเด่นชัด ผู้ประกอบการ พนักงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความเชื่อมั่นและทำให้ผู้ที่ไปใช้บริการเกิดความไว้วางใจและประทับใจในการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ในการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในสถานประกอบการ โดยต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ เช่น ในสถานประกอบการจัดให้มีสภาพแวดล้อมของสถานที่ดีแล้ว มีการแบ่งสัดส่วนการทานอาหาร การสนทนา ห้องน้ำ สถานที่จอดรถมีความปลอดภัยสูง สิ่งเหล่านี้จะไม่เพิ่มแรงจูงใจเลย เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับการตอบสนองความต้องการในระดับนี้เป็นอย่างดีแล้วจึงจำเป็นต้องมีรูปแบบการบริการที่เรียกว่าเป็นจุดขายคือตลอดเวลานั้นคือการแสดงดนตรีมาช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ การจัดการบริการดนตรีเป็นการสร้างสิ่งจูงใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าโดยตรง แต่ก็ต้องอาศัยหลักเกณฑ์ ทฤษฎี แบบแผนเป็นส่วนช่วยผสมผสานและเสริมสร้างให้เกิดกระบวนการ การจัดการ การบริหารเพิ่มคุณค่าก่อให้เกิดรายได้เพื่อให้ทันต่อความต้องการของสังคมเมืองการท่องเที่ยวปัจจุบัน สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการสร้างประสิทธิภาพในการจูงใจได้โดยทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในสถานประกอบการที่มีการจัดการบริการดนตรี การตอบสนองความต้องการขั้นต่ำจึงต้องคำนึงถึงความพร้อมของบุคคลด้วย ประสิทธิภาพของการจูงใจจึงขึ้นอยู่กับข้อสำคัญที่ว่าเราได้ทำการจูงใจได้ถูกช่วงจังหวะ หรือเหมาะสมกับเงื่อนไขหรือไม่ เช่นการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือมี รายการพิเศษค่านราคา ลดราคาอาหาร เครื่องดื่ม มีโชว์การแสดงคอนเสิร์ต คารา ศิลปินชื่อดังให้ชมให้กับนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงสุดสัปดาห์ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการขั้นมาระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดสุนทรียรสของดนตรีที่เกิดขึ้นจากการฟัง ดนตรีเป็นศิลปะแห่งการใช้เสียงเพื่อเป็นสื่อในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ไปสู่ผู้ฟัง เป็นศิลปะที่ง่ายต่อการสัมผัสก่อให้เกิดความสุข ความปลื้มปิติพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ และส่วนสำคัญก็คือขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้ฟังเช่นดนตรีที่เปิดใน ดิสโก้เธค สถานบันเทิง ที่เน้นจังหวะเร็วๆ อารมณ์ที่ได้จากการฟังนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์สร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ฟังในระดับนี้จะได้รับความสะดวกเพลิดเพลินสบายอารมณ์ ทำให้เกิดความสนุกสนานมีอารมณ์ความรู้สึกดีตามไปกับบรรยากาศที่เสียงดนตรีนั้นมีส่วนสร้างขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดประเภทของเพลงและการฟังดนตรี การฟังเพลงเป็นการฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ความอ่อนแอ จรรโลงใจ เป็นรสนิยมอย่างหนึ่ง เพื่อให้ตัวเรารับรู้และสัมผัสกับสุนทรียศาสตร์ที่ขอบอวลไปด้วยความสุขและแรงบันดาลใจเราจะมีความสุขจากการฟังเพลง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัฒน์ ทรงเกียรติ (2547 : 92-101) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการจ้างงานนักดนตรีต่างชาติของผู้ประกอบการด้านบันเทิงในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อการจ้างงานนักดนตรีต่างชาติมากที่สุดคือ ด้านจรรยาบรรณของนักดนตรีต่างชาติ รองลงมาคือด้านค่าตอบแทนแรงงานของนักดนตรี ด้านปฏิสัมพันธ์ของนักดนตรีต่างชาติต่อนักท่องเที่ยว ด้านค่านิยมของผู้ประกอบการและด้านกฎหมายควบคุมนักดนตรีต่างชาติตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อการจ้างงานนักดนตรีต่างชาติ คือ 1) จรรยาบรรณในวิชาชีพดนตรี การมีวินัยในตนเอง ไม่เสพของมึนเมาขณะปฏิบัติงาน มีสัมมาคารวะ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย 2) ภาษาของนักร้อง นักดนตรีต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสารส่วนภาษาอื่นๆ บางภาษาก็มีความจำเป็นสำหรับการแสดงดนตรีอาชีพในสถานบันเทิงที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) การแสดงออกหน้าเวทีโดยการใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจะมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 4) ต้องกล้าแสดงออกการสื่อสารหน้าเวที มีความสามารถในการบรรเลงเพลงได้หลายแนว และบรรเลงเพลงตาม คำขอของแขกได้

2) แนวทางการพัฒนา ได้แก่ (1) การสร้างเอกลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ (2) จัดตั้งกองทุน ในลักษณะของสหกรณ์เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ประกอบการอาชีพ (3) จัดฝึกอบรมโดยชมรมที่จัดตั้งขึ้นรองรับ เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการในวิชาชีพ (4) สร้างเครือข่ายสมาคมอาชีพนักดนตรี เพื่อกำหนดร่างพระราชบัญญัติอาชีพ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (5) จัดฝึกอบรมร่วมกันระหว่างบริษัทเป็นการสร้างเครือข่ายทางการค้า (6) กำหนดชุดยูนิฟอร์มให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (7) จัดฝึกอบรมภาษาต่างประเทศ มากกว่า 2 ภาษา (8) จัดศูนย์กลางหน่วยงานประสานงานระหว่างผู้ให้บริการคนตรีและผู้ให้บริการ (9) จัดแผนการตลาดท่องเที่ยว จัดให้มีโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว จัดรูปแบบเพลงแจ๊สร่วมกับบริษัททัวร์ (10) จัดกิจกรรมเสริมควบคู่กับกิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยวทั่วไทยเมืองหาดใหญ่ตลอดปี

(11) จัดกิจกรรมประกวดฝีมือการแสดงคอนเสิร์ตดนตรี (12) จัดทำมาตรฐานของการแสดงดนตรีในสถานประกอบการ (13) ตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านดนตรีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (14) จัดตั้งองค์กร/สมาคมทางด้านดนตรีขึ้น เพื่อช่วยผลักดันในสถานประกอบการและได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม (15) นักดนตรีต้องมีจรรยาบรรณและชื่อเสียงต่ออาชีพที่มีวินัยในตนเอง (16) ปลุกฝังนักดนตรี มีมนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยดี อ่อนน้อมถ่อมตน มีมารยาทในการแสดงดี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ใช้วัฒนธรรมไทยและปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว (17) เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสามารถในการบริหารกิจการ (18) ควรมีการจัดแบ่งประเภทของการบริการที่มีบริการดนตรี เช่นเดียวกับบริการมาตรฐานโรงแรมที่มีการจัดระดับ (19) หนังสือรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อรับรองการเปิดสถานบริการนั้นจะต้องควบคุมดูแลในกิจการตามระเบียบข้อบังคับพระราชบัญญัติโดยเคร่งครัด (20) ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตที่ได้รับรับรองแล้ว ต้องจัดวางใบรับรองให้เห็นและตรวจสอบได้โดยเปิดเผย (21) การพัฒนาหลักสูตร กระบวนการจัดการเรียนการสอนสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบันเทิง ในสถาบันอุดมศึกษา ให้มุ่งเน้นการฝึกฝนอบรม นักศึกษามีคุณลักษณะที่สำคัญในด้านความมีวินัยในตนเอง ความรับผิดชอบ ความสามารถสื่อสารใช้ภาษาที่สองได้แก่ ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมัน ฝรั่งเศส สามารถพัฒนาบุคลิกภาพดี และเป็นคนใฝ่หาความรู้มุ่งพัฒนาตนเองอยู่เสมอ



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ข้อจำกัดของงานวิจัยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำกัดกลุ่มประชากรเฉพาะผู้ประกอบการด้านบันเทิงในอำเภอหาดใหญ่เท่านั้นซึ่งถ้าขยายไปยังกลุ่มจังหวัดอื่นๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริการคนตรีอาจได้ผลการวิจัยที่เปลี่ยนไปได้

2. ควรมีพระราชบัญญัติการบริการองค์กรสถานประกอบการประเภทสถานบันเทิงควบคุม เพื่อให้การบริหารกิจการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยมีประสิทธิภาพ พร้อมกำหนดมาตรการและวิธีการดำเนินการตรวจสอบการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการให้เครื่องหมายกำหนดเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

3. ภาครัฐ ควรร่างพระราชบัญญัติการกำกับดูแล เช่น ควรออกกฎหมายควบคุม หรือเทศบัญญัติ ให้อำนาจเทศบาลนครเทศบาลเมืองขึ้นไว้บังคับได้ในเขตเทศบาลของท้องถิ่นคน และสามารถวางโทษปรับแก่ผู้ละเมิดเทศบัญญัติได้ เช่น เรื่องการรักษาความสะอาด เรื่องการควบคุมการก่อสร้างอาคารกำหนดเทศบัญญัติท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการ และพัฒนาก้าวไปสู่การยกระดับกฎหมายบังคับใช้ควบคู่กันไป

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายรัฐควรมีมาตรการที่เข้มงวดร่วมกับ กระทรวงศึกษาธิการ ควรปรับปรุง/พัฒนาหลักสูตร/พัฒนากระบวนการจัดการเรียน หลักสูตรการศึกษาในระบบแก่นักเรียนนักศึกษาในสาขาคนตรี นักร้อง สาขาวิชาศิลปการแสดง สาขาวิชาชีพครู รวมทั้งสาขาที่เกี่ยวข้องและสาขาอื่น ๆ ในสถาบันอุดมศึกษาโดยมุ่งเน้นการฝึกฝนอบรม กล่อมเกล่าอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ซึ่งมีผลต่อการประกอบอาชีพด้านบันเทิงได้อย่างยั่งยืน คือ จรรยาบรรณของนักดนตรีการใช้ภาษาอังกฤษ การสื่อสารข้อความ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล และระหว่างกลุ่ม ตลอดจนสามารถพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้เป็นคนที่มีบุคลิกภาพดี รัฐควรกำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมมารยาท คุณธรรม จริยธรรม รวมถึงจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่มุ่งเน้นให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะเป็นองค์กรคล้ายครอบครัว โปร่งคอง สามัคคีกัน

4. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักดนตรีทุกคนซึ่งมีความสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย รวมทั้งเสริมสร้างความมั่นคงทางด้าน การงาน โดยปรับโครงสร้างการแสดงดนตรีให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเหมาะสมกับระดับความรู้ความสามารถให้สมกับเป็นนักดนตรีที่มีความเป็นสากลมากขึ้น เพื่อให้เกิดความพยายามทุ่มเทเวลาในการที่จะฝึกฝนตนเองในเรื่องมีจรรยาบรรณต่างๆที่มีผลต่อการจ้างงาน ซึ่งจะส่งผลประโยชน์ต่อนักดนตรีต่อไปในอนาคตได้ และควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายรัฐควรมีมาตรการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจคือนักท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญด้านแรงงานที่เกี่ยวข้องกับการแสดงดนตรี ให้มากขึ้น ตั้งแต่ด้านนโยบายไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความต้องการแรงงานนักดนตรี ความรู้ความสามารถที่นักดนตรี รวมทั้งมีคนอื่นที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้และประเทศไทยกำลัง อยู่ในช่วงกำลังพัฒนาเปลี่ยนแปลงมุ่งเน้นรายได้จากการเที่ยวเข้าประเทศ โดยให้มีการส่งเสริมให้ การแสดงดนตรีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ในจังหวัดกระบี่ ภูเก็ต สงขลา

6. ควรกำหนดให้มีกองทุนสำหรับกลุ่มอาชีพที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมือง หาดใหญ่

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการศึกษาที่ได้รับแล้ว ผู้ศึกษายังพบข้อจำกัดบาง ประการและประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจที่คาดว่าจะประ โยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำผลการศึกษานี้ไป ขยายเป็นประเด็นการศึกษาในอนาคตต่อไป ดังนี้

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มประชากรให้กว้างขึ้น โดยให้ครอบคลุม ประชากรของพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อขยายที่จะนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ ใช้กับทั้งประเทศและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ศึกษาการประยุกต์ใช้ระหว่างพนักงานและเทคโนโลยีในการบริหารจัดการ เพื่อขอก ระดับการบริการสู่มาตรฐานสากล เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป

3. ภาครัฐควรสนับสนุน สถานประกอบการ ผู้ประกอบอาชีพที่สามารถประเมินผ่าน มาตรฐานแล้วได้รับเครื่องหมายมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ จะได้รับการส่งเสริมและ การสนับสนุนสิทธิประโยชน์จากตราเครื่องหมายได้แก่ ภาครัฐสนับสนุนด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภาพรวมของสถานประกอบการ การบริการ มาตรฐานของร้านผ่านสื่อต่างๆ อาทิ ได้รับการประชาสัมพันธ์ ผ่าน website ของสำนักงานส่งเสริมการค้า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การจัดหา กิจกรรมประชาสัมพันธ์ ในงานแสดงสินค้านานาชาติ การลงโฆษณา ภาพรวมในวารสารชั้นนำด้านมาตรฐานบริการ โดยสำนักงานส่งเสริมการค้า สำนักงานการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้รับแจกจ่ายเอกสารเผยแพร่ และสื่อประชาสัมพันธ์ คู่มือเกี่ยวกับกฎระเบียบที่ควรรู้ด้านสุขอนามัยตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- สนับสนุนให้ร้านอาหารไทยเป็นช่องทางจำหน่ายและ ประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP และ SMEs โดยขอความร่วมมือ ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย

- ให้ร้านสถานประกอบการ เป็นสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของอุตสาหกรรมอาหารการ บริการ รวมถึงแสดงออกภาพลักษณ์ประเทศไทย

4. ควรจัดให้มีสถาบันมาตรฐานสถานบันเทิงแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ในด้านวิชาการที่เกี่ยวกับการดำเนินการ โดยมีผู้ปฏิบัติงานประจำเต็มเวลา และควรมีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

- (1) ศึกษา วิจัย พัฒนาและสร้างมาตรฐานการบริการให้ถูกต้อง
- (2) ศึกษาปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขการรับรองมาตรฐานการเปิดสถานบริการให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เช่นเดียวกับการบริการมาตรฐาน โรงแรมที่มีการจัดระดับ เป็นต้น
- (3) พัฒนากลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจการมาตรฐานสถานบริการ(สถานบันเทิง) เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการสนับสนุนสถานประกอบการ
- (4) ติดตามตรวจสอบให้คงคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้
- (5) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการและการรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อถือและการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้อง
- (6) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป
- (7) ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจบริการสถานบันเทิงเพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่สนใจสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการต่อไป

3. ปัญหาและอุปสรรค

1. ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งสงบศึกพิจารณาแล้วเห็นว่า สถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส และพื้นที่ 4 อำเภอในเขตจังหวัดสงขลา ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจด้านบันเทิงต่อไปได้จึงควรพิจารณาให้ความช่วยเหลือโดยขอให้งดเว้นการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงในพื้นที่

2. ทางสถานประกอบการ ผู้ประกอบการอาชีพไม่มีเวลาให้ในการสัมภาษณ์ เพราะมีลูกค้าเข้าร้านตลอดเวลา ดังนั้นเราควรที่จะนัดเวลาในการสัมภาษณ์ว่าทางร้านพร้อมที่จะให้สัมภาษณ์เมื่อใดทางร้านไม่ให้ข้อมูลจริงเนื่องจากกลัวจะเสียภาพพจน์ของทางร้าน เราควรจะถามเกี่ยวกับเรื่องที่จะไม่ทำเสียภาพพจน์ของทางร้านเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

3. การสัมภาษณ์ภาคสนามประสบปัญหาของสภาพการเมืองที่ไม่ปกติ เช่น การชุมนุมของกลุ่มเสื้อแดง กลุ่มเสื้อเหลือง กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น นักท่องเที่ยวจำนวนมากต้องยกเลิกการเข้ามาเที่ยว เพราะความไม่มั่นใจในความปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงเหตุการณ์การก่อเหตุความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

4. ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ทำการแยกประเภทและคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนตามประเภทใช้บริการ เนื่องจากผู้ศึกษามีความประสงค์ที่จะทำการศึกษา

จากนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมจึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่กระจุกอยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวยาวคุณลักษณะมากไป

5. การใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถามอาจส่งผลต่อคำตอบ หรือข้อมูลที่ได้ไม่ครอบคลุมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวทั้งหมดเนื่องจากมีแนวคำตอบให้ตอบตามประเด็นที่กำหนดไว้ในการศึกษาเท่านั้น





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาแรงงาน. แนวทางการพัฒนาแรงงาน. กรุงเทพฯ : ห้องสมุดกรมแรงงาน
กระทรวงมหาดไทย, 2548.
- กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์. การจดทะเบียนการค้า. กระทรวงพาณิชย์.
<<http://thairegistration.com>> พฤษภาคม : 2551.
- กฤษ เพิ่มทันจิต. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการการเกิดเมือง. กรุงเทพฯ : ศรีเอทีฟพับ
ลิชชิ่ง, 2536.
- กฎหมายการคุ้มครองลิขสิทธิ์คนตรี พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์พ.ศ. 2537.
(<http://www.finearts.cmu.ac.th/library/law-license.htm>, กรกฎาคม : 2551)
- กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้าน
กายภาพ. เอกสารประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว เล่มที่ 10. กรุงเทพมหานคร, 2540.
- เอกสารประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว เล่มที่ 11 สรุปแนวทางการร่วมมือเพื่อ
พัฒนาการท่องเที่ยวระหว่าง ททท. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,
ไทย, 2540.
- กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็ม เซเทรา จำกัด, 2545.
- การพัฒนา. <<http://www.swu.ac.th/royal/book4/b4c5.html>, August : 2007.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานสรุปการดำเนินงานเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษา
ระบบนิเวศ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540.
- โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร, 2543.
- แผนปฏิบัติการการพัฒนาบริการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : บริษัท กอร์ แพลน
นิง แอนด์ ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด, ม.ป.ป.
- สหัสวรรษใหม่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ไทย, (ม.ป.ป.).
- การวางแผนโครงการ. เอกสารประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว เล่มที่ 1 สรุปแผนพัฒนาการ
ท่องเที่ยวระดับประเทศ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.
- เอกสารประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว เล่มที่ 10 สรุปคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
ด้านกายภาพ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540
- ไวยแสง สุขวัฒนะ. ระดับการพึ่ง. 2535 : 49.
<<http://www.lks.ac.th/band/page3.htm>>, สิงหาคม : 2551.

คมสันต์ วงศ์วรรณ. มารยาทการฟังคนตรี.

<http://classroom.psu.ac.th>, สิงหาคม : 2551.

เครือข่ายงานวิดิไทย. NGOs พลังงานสร้าง. ทำลายการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2543.

งามพิศ สัตย์สงวน. หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะ

รัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

จิตตินันท์ เศรษฐ์. เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการโรงแรมและภัตตาคาร =

Professional Experience in Hotel and Restaurant Studies. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช,

2540.

จริยญา เกียรติภักษ์. “แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2549”

<<http://www.tat.go.th/e-jemal/travel-01.html>> , มีนาคม : 2008.

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนาพาส

เทศบาลในประเทศไทย. สำนักปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2542.

ฉล่องศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาคาดการณ์ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.

นัครทิพย์ นาดสุภา และคนอื่นๆ. ทฤษฎีและแนวคิดเสริมธุรกิจชุมชนชาวนา. กรุงเทพฯ :

ฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2541.

ชูวงศ์ ฉายะบุตร. การให้บริการแบบครบวงจร : แนวทางการให้บริการเชิงรุกของกรมการปกครอง.

กรุงเทพมหานคร : ส่วนท้องถิ่น, 2536.

ชลธิชา บุญนาค. เอกสารประกอบการสอนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย์. กรุงเทพฯ, 2545.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัท ส.เอเชียเพรส, 2546.

ช่อนกลิ่น วอกลาง. สวัสดิการอุตสาหกรรม : ปัจจัยสำคัญที่กำหนดขอบข่ายสวัสดิการ

อุตสาหกรรมไทย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : บัณฑิตวิทยาลัย, 2537.

ฉรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ

วิจัย (สกว), 2542.

ฉรุทร์ สุทรจิตต์. ระดับของการฟัง.

<http://www.lks.ac.th/band/page3.htm>, สิงหาคม : 2551.

คารณี ถวิลพิพัฒน์กุล. กระบวนการเป็นเมืองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศกำลังพัฒนา.

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ทิมาพร พิมพ์สุทธิ. ทฤษฎีการสร้างความสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531.

- ธนศ ศรีสถิตย์. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. โครงการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยว และการโรงแรม, ม.ป.ป.
- นพพร คำนสฤต. ปฐมบททฤษฎีคนตรี. กรุงเทพฯ : โอเคเนชั่น, 2543.
- นิคม จารุณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ, 2544.
- นียบรรณ วรรณศิริ. มนุษย์วิทยาสังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
- บริษัทคอร์เทลเน็ท จำกัด. แนวคิด สิวาลอปปเมนท์ จำกัด. แผนปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (ม.ป.ป.).
- _____. แผนปฏิบัติการเพื่อกำหนดคลื่นค่าทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (ม.ป.ป.).
- บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : B & B Publishing, 2534.
- ประภาพันท์ พลายจันทร์. ความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศและบริการของห้องสมุด คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2546
- ประวิตร ชูศิลป์. คู่มือการพัฒนาคน. หนังสือพิมพ์รายวัน เดลินิวส์ ฉบับวันพุธที่ 16 มิถุนายน, 2542.
- ห้องพันธ์ ฌณีรัตน์. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2521.
- พิศมัย จตุรงค์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. มหาวิทยาลัยราชภัฏ : กรุงเทพมหานคร, 2546.
- มงคล คำนธานินทร์. เศรษฐกิจชุมชน: พึ่งตนเองเชิงระบบ หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : จีเอ็ดยูเคชั่น, 2542.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. หน้า 793.
- วรรณภา วงษ์วานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ภาควิชาภูมิศาสตร์. คณะสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ, 2539.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. Poka Yoka : เทคนิคป้องกันความผิดพลาด. การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : [ม.ป.ป.], 2542.
- วิมลวรรณ สุธิบุตร. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด. สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ,2551.

- วิวัฒน์ ธรรมารอดสกุล. ทุนทางสังคมในองค์ความคิดเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ : โครงการพัฒนาด้านความเข้มแข็งของชุมชน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2542.
- วัฒนา เทียรวงศ์. พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ "13". มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ บริหารธุรกิจ, 2542.
- วิทยา โอหารัตน์มณี และอารัญ บุญชัย. "ท่องเที่ยว : บทบาทการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย" กรุงเทพฯ ธุรกิจ. 12 สิงหาคม, 2546.
- ศิริวรรณ เจริญรัตน์และคณะ. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ดวงกมล, 2534.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย Niche Market. กรุงเทพฯ : <<http://www.krungsri.com>>. กันยายน : 2003.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. แผนหลักการขนส่ง พ.ศ.2540-2544.
 ----- . แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย. 2540.
- สนิท สมัครการ. การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาการของสังคม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2542.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (เล่ม 9), กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา , 15– 18 ; 2545.
 ----- . สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน(เล่ม 19, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 9– 12 ; 2545.
- สิทธิพงษ์ คงเป็น. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อรายได้ประชากรและการจ้างงาน. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2543.
- สุกรี เจริญสุข. การฟังคนดรี.
 ----- <<http://edtech.kku.ac.th>>. สิงหาคม : 2551.
- สุภาภรณ์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
 ----- . การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
 ----- . การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
 ----- . วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- สุภา ศิลพร. สถิติพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2545.
- สุริรัตน์ เดชาทวิวรรณ. เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
 ----- . ภาควิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ, 2545.
- สุวัฒน์ ทรงเกียรติ. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการจ้างงานนักคนตรีต่างชาติของผู้ประกอบการด้านบันเทิงในจังหวัดภูเก็ต. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. 2547.

- เสน่ห์ จามริก. ฐานคิดสู่ทางเลือกใหม่ของสังคมไทย. กรุงเทพฯ : โครงการวิจัยยุทธศาสตร์ มูลนิธิภูมิปัญญา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2541.
- ตัณญา ตัณญาวิวัฒน์. ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สนธยา พลศรี. ทฤษฎีและหลักการพัฒนารวมชน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โอเคียนไคร์, 2545.
- สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม. นโยบายและแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ. พ.ศ. 2540-2559.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา และสุติมา ค่อเจริญ. งานวิจัยเรื่องการดำเนินการรื้อฟื้นและกักตุนการจังหวัดภูเก็ต. คณะอุตสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2540.
- อาชวพล สุขสมเพียร. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวเดินป่า ธรรมชาติศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. การเปลี่ยนแปลงสังคมกับศักยภาพของชุมชนไทย. วิทยานิพนธ์สังคมไทย. กรุงเทพฯ : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทยและอมรินทร์, 2538.
- อุทัย คุลเกษม. ในปรากฏการณ์สัมมนาเตรียมข้อเสนอต่อการประชุม สหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน 2002. สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยและศูนย์เศรษฐศาสตร์นิเวศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 16 สิงหาคม; 2545.
- โสภาส เสวีกุล. บทความข่าวยากหมากแพง. ธันวาคม, 2550.
- Butler, R.W. "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources". The Canadian Geographers. 14 ; 5-12, 1980.
- Calatone, Rojer J. and Mazane, Josef A. "Marketing Management and Tourism" Annals of Tourism Research. 18. ; 101-19, 1991.
- CES (Conseil économique et social), Avis et rapports du Conseil économique et social: Le Travail à temps partiel, in Journal officiel de la République Française, No.1, Paris, 1997.
- D'Amore, L.J. "Guidelines to Planning in Harmony with the Host Community" in Tourism in Canada: Selected Issues and Option. Edited by P.E. Murphy. Victoria, BC. : University of Victoria, 1983.
- Doxey, G. "A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences" in Proceeding of the Travel Research Association Sixth Annual Conference. San Diego, California, 1975.
- Fagence, Michael. "Geographically-Referenced Planning Strategies to Resolve Potential Conflict between Environmental Values and Commercial Interests in Tourism Development in Environmentally Sensitive Areas", Journal of Environmental Management. 31:1-18, 1990.
- Getz, D. "Models in Tourism Planning : Towards Integration of Theory and Practice". Tourism Management. 7 : 21-32, 1968.

- Gunn,Clare A. Vacationscape: Designing Tourist Regions. Austin : University of Texas, 1972.
- Grabum,Nelson H.H. and Jafari Jafar. "Tourism Social Science". Annals of Tourism Research.18, 1991.
- Kotler , Philip. Principles of Marketing. (แปลและเรียบเรียงโดย วารุณี ตันติวงศ์ ; และคณะ). กรุงเทพฯ : บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น จำกัด. 2545.
- Kotler, Philip ; & Gary, Armstrong. Principles of Marketing. Prentice-Hall, Inc. 1996.
- Kotler, Phillip. Marketing Management:Analysis, Planning, Implementation and Control, The Millenium Edition, New Jersey : Prentice Hall, Inc. 2000.
- Mathieson,A And Wall,G. Tourism:Economic, Physical and Social Impack. London: Longman ,1982.
- Mathews, Harry G. and Ritcher, Linda K. "Political Science and Tourism" Annals of Tourism Research.18, 120-35 ; 1991.
- Mitchell,Lisle S. and Morphy, Peter E. "Geography and Tourism" Annals of Tourism Research. 18, 57-70 ; 1991.
- Munn, N.L. Psychology : The Fundamentals of Human Adjustment. (5th ed.) Boston : Houghton, 1996.
- Nash,Dennison and Smith,Valene L. "Anthropology and Tourism" Annals of Tourism Research. 18, 12-25; 1991.
- O'Reilly,A M. "Tourism Carrying Capacity" Tourism Management.7, 254-8; 1996.
- Pearce,Douglas. TourismToday-A Geographical Analysis.London:longman,1986
- Pearce, Phillip L.J. and Stringer,Peter F. "Psychology and Tourism" Annals of Tourism Research.18, 136-54; 1991.
- Pigramm,J.J."Sustaianable Tourism-Policy Considerations" Journal of Tourism Studies.1, 2-8; 1990.
- Rittichainuwat Ngamsom Bongkosh. "One Year in the Memory of Tsunami: A Case Study of Thailand's Tourism". Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 47(4). (2006).
- Sales,H.Pearce. Travel and Tourism Encyclopedia.London:Blandford,1959.
- Smith,Stephen and Godbey C."Leisure Recreation Tourism" Annals of Tourism Research. 18, 85-100; 1991.
- Smith,Valene L."Anthropology and Tourism" Annals of Tourism Research. 7, 13-33; 1980.
- Smith,Valene L."Managing Tourism in the 1990s and Beyond" Practicing Anthropology.14, 3-4; 1992.
- Theobald,William F."The Context, Meaning, and Scope of Tourism" in Global Tourism:The Next Decade. Edited by W.F. Theobald.pp.3-19.Oxford: Butteyworth-Heinemann,1994.
- Turner,John and Wall,Geoffery. "History and Tourism" Annals of Tourism Research.18(1991): 71-83; 1991.
- Van Doren,C.S. and Gustke,Larry."Spatial Analysis of the US Lodging Industry" Annals of Tourism Research.9(1982):543-63; 1982.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล



แบบสอบถามเรื่อง

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ชุดที่ 1 แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความต่อไปนี้)

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มากกว่า 41 ปี
3. รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 - 15,000 15,001 - 20,000 มากกว่า 20,000 1
4. วุฒิกการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
5. อาชีพ ราชการ รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว
- บริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา
6. สถานภาพ โสด สมรส อื่นๆ

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อดัชนีภาวะการ จัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรี

(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	สำหรับ เจ้าหน้าที่
1. ห้องจัดแสดง						
1.1 การตกแต่งภายใน						
1.2 สภาพแวดล้อมสะอาดเรียบร้อย						
1.3 ที่นั่งรับรองนักท่องเที่ยว						
1.4 ความปลอดภัยในการใช้บริการ						
2. ห้องน้ำ						
2.1 ความสะอาดของห้องน้ำ						
2.2 มีบริการห้องน้ำเพียงพอ						
2.3 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ						
3. สถานที่ภายนอกอาคาร						
3.1 ร้านตั้งในทำเลที่เหมาะสม						
3.2 เดินทางสะดวก						
3.3 มีบริการรถสาธารณะผ่านหน้าร้าน						
3.4 มีความปลอดภัยในการใช้บริการ						
3.5 สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย						
3.6 ตกแต่งภายนอกอาคาร						
4. โดยภาพรวมทั้งหมดท่านมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับใด						

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรี
(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	สำหรับ เจ้าหน้าที่
1. ด้านการบริการของพนักงานในร้าน						
1.1 ให้บริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส						
1.2 ให้บริการด้วยความสะอาดรวดเร็ว						
1.3 ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้นเต็มใจ						
1.4 เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อย						
1.5 มีบริการชาย / หญิงเพียงพอ						
2. การส่งเสริมการตลาด						
2.1 การแสดงคอนเสิร์ต คารา ศิลปิน รับเชิญ						

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการคนตรี
(กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	สำหรับ เจ้าหน้าที่
1. รูปแบบการให้บริการคนตรี						
1.1 คนตรีเล่นดีมีคุณภาพบรรเลงได้ตามคำขอ ของผู้ใช้บริการ						
1.2 แนวเพลงทันสมัยมีความหลากหลาย						
1.3 เครื่องเสียงดีมีคุณภาพ						
1.4 นักดนตรีให้ความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว						
2. แนวเพลงของการแสดงที่สถานประกอบการจัดบริการ						
2.1 แนวเพลงร่วมสมัย						
2.2 แนวแจ๊ส						
2.3 แนวเพื่อชีวิต						
2.4 แนวร็อค						
2.5 แนวยุค SIXTY						
2.6 ทุกแนว						

การวิจัยเรื่อง

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ชุดที่ 2
แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก และการทำสนทนากลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มตัวอย่าง

- ผู้ประกอบการ.....
- นักท่องเที่ยว.....
- ผู้เกี่ยวข้อง.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 การพัฒนาบุคลากร / ฝึกอบรม ในการสร้าง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี

2.1 หน่วยงานของท่านมีการพัฒนาบุคลากร/ฝึกอบรมพนักงานหรือไม่ อย่างไร

- 2.1.1 อบรมทักษะและความรู้ในการทำงาน
- 2.1.2 อบรมกฎระเบียบในการทำงาน
- 2.1.3 อบรมหลักสูตรเพิ่มพูนความรู้/ทักษะเฉพาะ
- 2.1.4 อื่นๆ

2.2 การบริหารจัดการ ส่งเสริม เผยแพร่ และพัฒนา

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยว

3.1 ท่านคิดว่าแนวโน้มในอนาคตของการสร้างความพึงพอใจในการจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

3.2 ความพึงพอใจในการจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวในสถานประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากน้อยแค่ไหน

3.3 ตามความคิดเห็นของท่าน การจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับเพศใด วัยใด

3.4 ในความเห็นของท่าน ท่านคิดว่าควรมีการส่งเสริม การจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หรือไม่ เพราะอะไร

3.5 ในความเห็นของท่าน ท่านจะมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับรัฐบาลในการดูแลผู้ประกอบการจัค่าบริการคนตรีให้กับนักท่องเที่ยวใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา หรือไม่ เพราะอะไร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ สรุปประเด็นในการสนทนากลุ่ม อื่นๆ

การวิจัยเรื่อง

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ชุดที่ 3
แนวคำถามทั่วไป : แบบสำรวจเบื้องต้น การศึกษานอกสาร งานวิจัย
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

1. บริบทพื้นที่วิจัย

- 1) บริบทด้านพื้นที่ สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเทศบาลหาดใหญ่
- 2) ประวัติเทศบาลหาดใหญ่
- 3) โครงสร้างพื้นฐาน
- 4) ด้านเศรษฐกิจ
- 5) ด้านสังคม
- 6) ด้านการเมือง-การบริหาร
- 7) แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

2. บริบทการจัดการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลหาดใหญ่

- 1) แผนพัฒนาของประเทศไทย
- 2) แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทย
- 3) ความสำคัญของการท่องเที่ยวประเทศไทย
- 4) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 5) แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา
- 6) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเทศบาลนครหาดใหญ่

วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์.....	เวลาที่สัมภาษณ์.....	เวลาที่สิ้นสุด.....
การสัมภาษณ์.....	รวมเวลาที่สัมภาษณ์.....	ชั่วโมง
ชื่อผู้สัมภาษณ์.....		
ชื่อผู้ควบคุมสนาม..... วัน..... เดือน..... ปี.....		

การวิจัยเรื่อง
ศึกษาความพึงพอใจของนักท่งเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรี
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอันภอหาดใหญ่ อังหวิดสงขลา ชุดที่ 4
แบบอังเกด ชนิดไม่มีส่วนร่วม/ มีส่วนร่วม

1. กิจกรรมที่สังเกด
2. วัน เวลา สถานที่
3. บุคลากร (ผู้ร่วม)
4. เนื้อหาสาระจากการสังเกด
5. กิจกรรมประกอบการสังเกด
 - 5.1 ถ่ายภาพ
 - 5.2 ถ่ายวีดีโอ
 - 5.3 สัมภาษณ์
 - 5.4 จดบันทึก
6. อื่นๆ

วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์..... เวลาที่สัมภาษณ์..... เวลาที่สิ้นสุด การสัมภาษณ์.....รวมเวลาที่สัมภาษณ์..... ชั่วโมง ชื่อผู้สัมภาษณ์..... ชื่อผู้ควบคุมสนาม..... วัน..... เดือน..... ปี.....
--

ภาคผนวก ข
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์



- จรูญ หยุทอง. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นักวิจัยสถาบันทักษิณคดี มหาวิทยาลัยทักษิณ. หมู่ที่ 1 ตำบล
เกาะขอม อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90100
- ทรงชัย มุ่งประติภธิชัย. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นายกสมาคมมักคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา. 29 ถนน
โชติวิริยะกุล 4 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
- นิมิตร ชัยจิระธิกุล. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. ประธานสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
เลขที่ 41/203-4 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย. On-Line.
(<http://www.tourism.go.th/2009/th/articles/view.php?ItemID=1557>, 23 กรกฎาคม 2551)
- ประกาศ อินธนปสาธน์. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคใต้
เขต 1 สำนักงานหาดใหญ่ 1/1 ซอย 2 นิพัทธ์อุทิศ 3 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
90110
- ไพโร พัฒโน. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นายกเทศมนตรีเทศบาล นครหาดใหญ่. 445 ถนนเพชรเกษม
ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
- สมบูรณ์ พงษ์เลิศนภากร. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. เจ้าของธุรกิจโรงแรมเอเชียนหาดใหญ่. 55 ถนน
นิพัทธ์อุทิศ 3 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สมชาติ พิมพ์นระพูนพร. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นายกสมาคมธุรกิจโรงแรมหาดใหญ่ - สงขลา
โรงแรมชากระบะ แกรนด์วิวหาดใหญ่. 186 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3 อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา
- สรจักร จูทอง. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นายกสมาคมธุรกิจบันเทิงสงขลา และผู้จัดการพรหมพาလာซ่า
จังหวัดสงขลาสมาคมธุรกิจบันเทิง 555 ถนนราษฎร์อุทิศ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- สุเทพ เกื้อสังข์. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. อดีตผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 1
สงขลา /1 ซอย 2 นิพัทธ์อุทิศ 3 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
- สืบสวัสดิ์ ศาครินทร์. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา.
41/203 - 4 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ไสว ณ พัทลุง. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. ประธานที่ปรึกษาผู้บริหาร บริษัท ฟิงค์โฮเต็ล แอนด์ คอน
เพล็กซ์ จำกัด. 24/11 ถนนแสนห่านุสรณ์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาคผนวก ก
บัญชีรายชื่อสถานบริการ




บัญชีรายชื่อสถานบริการที่ขออนุญาตออกต่อตาม พ.ร.บ. สถานบริการ พ.ศ. 2509 ปี 2551

ลำดับ	ชื่อสถานบริการ	ผู้รับอนุญาต	สถานที่ตั้ง	ตั้งอยู่นอก/ใน Zoning	สถานบริการประเภท	หมายเหตุ
1.	พารากอน (Paragon)	บริษัทหรรษาพารากอน จำกัด โดย นางสาวกานดา พันธุ์โสธร	553 ด.ราษฎร์อุทิศ	ใน	3(1)	
2.	บาร์เบอร์รี่ (Barberry)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรจเบียร์หรรษา โดย นางสาวอุษา เตโชชะ	553 ด.ราษฎร์อุทิศ	ใน	3(1)	
3.	โซติตี้ คับ (Sotus Pubb)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรจเบียร์หรรษา โดย นางสาวอุษา เตโชชะ	2 ด.หรรษาพัฒนา	ใน	3(1)	นายกฤตเมธ ยอดระบำ (กอล์ฟ) 083-6877394 (ผู้ให้ข้อมูล)
4.	เส็กก					ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
5.	หัวนแดง			ใน		ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
6.	คาวบอย (Cow Boy) (พื้นที่ 166.4 ตร.ม.)	นายอัมฤชาติ ปานดำรง	589 ด.ราษฎร์อุทิศ	ใน	3(4)	
7.	เกลือเมือง 2003 (พื้นที่ 123.2 ตร.ม.)	นายชนกฤต ชาลิศรณกฤตการ	151, 153 ด.ราษฎร์อุทิศ	ใน	3(5)	
8.	ร้านซิม้ใหม่ (Some Time)					ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
9.	เบลธ (Blur)					ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
10.	บ้านนาหนึ่ง	นางสาววรุณี สิมฉิม	530 ด.ธรรมบุญอุทิศ	นอก	3(5)	

11.	ซูการ์บีท คับแอนด์เรสตรองส์ (Sugar Beat Restrung)	ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซูการ์บีท โดยนาย ณิศ เตียวสกุล	444/1 ถ.ธรรมบุญวิถี	นอก	3(4)	
12.	สตาร์บาร์ (Star Bar)	นายพนพร ธรรมบุรีรัมย์	433 ถ. ธรรมบุญวิถี	นอก	3(4)	
13.	บ้านบาโรย	นายวิรัช พงศ์อักษร	516/1 ถ.ธรรมบุญวิถี	นอก	3(5)	
14.	อคูสติก (Acoustic)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
15.	เพกนิจิด					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
16.	คัตตาเลียน (Cut alien)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
17.	เวสต์ไซด์ ซาอูน (West Side)	นายชัชชัย วุฒิเรืองโรจน์	135/5 ถ.ธรรมบุญวิถี	นอก	3(5)	
18.	บราว ซูการ์ (Brown Sugar)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51 089-7354452 (ผู้ให้ข้อมูล)
19.	มังกี้ คับ (Monkey Pubb)	นายสมชัย รัชสุวรรณสกุล	94 ถ.ธรรมบุญวิถี	นอก	3(4)	
20.	โพสเตรเซอร์ (Post Laserdisc)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
21.	ร้านอาหารเดอะคับ (The Pubb)	ห้างหุ้นส่วนสามัญ เดอะคับ โดยนายอา นุพาทินุญ	79/4-5 ถ.ธรรมบุญวิถี	นอก	3(5)	
22.	ดีฟวินเดอร์ (Deep Wonder)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
23.	ร้านเดอะวัน คับ (The One Club)					ข้อมูลจากการสำรวจเคไม่ปรากฏใน บัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51

24.	ไอซ์ บาร์ บลูคิส (I Bar Blues Kiss)						ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51
25.	แจ๊ตส์คลับ (Jazz Pubb) (พื้นที่ 161 คร.ม.)	บริษัทซาเวียร์โมเต็ล แมนเนจเม้นท์ จำกัด โดยนายอัครเดช เรืองวงษ์	99 ถ.จิตอนุสรณ์	นอก	3(5)		
26.	กิส เซลแนลคลับ แอนด์เรสตรองท์ (Kiss Channel and Restrang) (พื้นที่ 270 คร.ม.)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด คิคเซลแนล โดย นายพวงศักดิ์ ปราณประเสริฐ	2 ซอย 6 ถ.ราษฎร์อินดี	นอก	3(5)		
27.	สขาบบาร์ (Sa-By-Bar)						ข้อมูลจากการสำรวจแต่ไม่ปรากฏในบัญชีรายชื่อสถานบริการ ปี 51





ภาคผนวก ง
การประชุมสัมมนาวิชาการ
เรื่อง การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โครงการสัมมนาวิชาการ

การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. ชื่อโครงการ

การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ความสอดคล้องกับกรอบความคิดหลัก

2.1 เป็นโครงการบริการวิชาการที่เผยแพร่ผลงานวิชาการของมหาวิทยาลัยสู่สังคม

2.2 มีผลงานวิจัยหรือผลงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการบูรณาการงานบริการวิชาการและวิชาชีพแก่สังคม

2.3 มีการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมในการให้บริการวิชาการ

2.4 เป็นโครงการที่ส่งเสริมชื่อเสียง และเกียรติภูมิ ของมหาวิทยาลัยทักษิณ

2.5 เป็นโครงการที่มีความพร้อมทางด้านองค์ความรู้และครุภัณฑ์อยู่แล้ว

2.6 เป็นโครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 - 2554

4. หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ

คณะกรรมการ โครงการวิจัยการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศึกษาศาสตร์สากล – ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์

5. คณะผู้ดำเนินการ

นายทรงศักดิ์ ปัทมรุ่ง	ประธาน
นางสาวปาหนัน คำฝอย	กรรมการ
นายไกรศิลป์ ไสดานิล	กรรมการ
นางสาวผกาพรรณ บุญศิริเรก	กรรมการ
นายอนุชิต โหรวรัตน์	กรรมการ
นายปรีชา กุลตัน	กรรมการ
นายชงกฤต สายเนตร	กรรมการ
นายวสิน ศรีธำภัย	กรรมการและเลขานุการ

6. หน่วยงาน/องค์กรที่ร่วมมือ

สมาคมผู้ประกอบการค้าสงขลา

เทศบาลเมืองนครหาดใหญ่

สมาคมนักคนตรีหาดใหญ่

การท่องเที่ยวภาคใต้เขต 1 จังหวัดสงขลา

7. หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวชมราตรีเป็นสิ่งที่มียุคแล้วในวิถีสังคม และเป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับรายได้จากสถานบันเทิงยามราตรีหรืออย่างเป็นทางการจะลักษณะอันเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติโดยตรงการจัดบริการคนตรีในสถานบันเทิงเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่มีการจัดการหลากหลายรูปแบบดังข้อมูลที่

ธีรพร มณีโชติ¹ ซึ่งเป็นนักคนตรีอาชีพในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ให้ไว้สรุปได้ว่าการจัดบริการคนตรีในสถานบันเทิงในอำเภอหาดใหญ่อาจจะจำแนกได้ตามขนาดของวงคนตรี และตามลักษณะของการนำเสนอ เช่น ตั้งแต่ต้นคนตรีขึ้นเดี่ยว, วงคนตรีขนาด 2 ชั้น, 3 ชั้น, 4 ชั้น, 5 ชั้น, 6 ชั้น, 7 ชั้น และ 8 ชั้น เป็นต้น ส่วนการจำแนกตามลักษณะของการนำเสนอก็อาจจะจำแนกได้ตามข้อมูลจริงที่พบภาคสนาม เช่น วงคนตรีเพื่อชีวิต, วงเพื่อชีวิตคลาด, วงโฟล์คซอง, วงแดนซ์, วงเพลงฟัง, วงเพลงสากลคลาด, วงเพลงไทยคลาด, วงลูกทุ่ง, วงเพลงเก่า เป็นต้น

สภาพของการจัดบริการคนตรีในสถานบันเทิงดังกล่าวนี้มีความเชื่อมโยงกับรสนิยมและทรรสนะของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประเด็นศึกษาที่จะสะท้อนความจริงเกี่ยวกับรสนิยมและทรรสนะที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นรสนิยมและทรรสนะที่เกี่ยวกับเพลง, ลักษณะของวงคนตรี หรืออื่นๆ อันเป็นสาเหตุดึงดูดให้สนใจมาท่องเที่ยวในสถานบันเทิงตลอดจนทรรสนะในด้านต่างๆ ที่มีต่อการจัดบริการคนตรีในสถานบันเทิง เช่น ความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากการจัดบริการคนตรีในสถานบันเทิงย่อมต้องมีผลกระทบในด้านต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเด็นศึกษาสำคัญในการสืบค้นหาความจริงที่เป็นผลกระทบทั้งทางด้านบวกและด้านลบ ปัญหาสำคัญคือในการบริการคนตรีในสถานบันเทิงในสังคมไทยยังมีการจัดบริการคนตรีกันตามความพอใจของผู้ประกอบการซึ่งบางแห่งก็มีความตระหนักถึงคุณค่าในด้านสุนทรียรสของศิลปะการคนตรี บางแห่งก็อาจคำนึงถึงเรื่องอื่น แต่เนื่องจากการบริการคนตรีในสถานบันเทิงเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยจึงเชื่อว่ามีกรสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการบริการคนตรีในสถานบันเทิงเป็นนโยบายสาธารณะให้อึดถือปฏิบัติเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมสืบต่อไปคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเสนอชุดโครงการวิจัยเรื่อง **การวิจัยเชิงปฏิบัติการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว : กรณี ศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา** อันประกอบด้วยโครงการวิจัยดังต่อไปนี้ 1.ศึกษาสภาพการจัดการ

¹ ธีรพร มณีโชติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, อนุชิต ไทราวัจน์ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่ห้างหุ้นส่วน ซูการ์บีทคลับ 444/1 ถนนธรรมบุญวิถี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมื่อวันที่ 20 เมษายน พ.ศ.2548

บริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 3. ศึกษาผลกระทบจากการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 4. ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งคาดหวังว่าจะได้คำตอบที่ร้อยเรียงต่อระหว่างกันอย่างเป็นระบบมานำเสนอหน่วยงานที่รับผิดชอบเป็นเบื้องต้นในอันที่จะนำไปพิจารณาเป็นนโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมน่าสังคมสู่บรรยากาศแห่งความสุขที่ยั่งยืนสืบต่อไป

8. วัตถุประสงค์ของโครงการ

ในการดำเนินการชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของชุดโครงการวิจัย

1. เพื่อแสวงหาแนวทางการสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. เพื่อแสวงหาแนวทางการสร้างมาตรฐานการใช้บริการคนตรีของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. เพื่อแสวงหาแนวทางการสร้างมาตรฐานบุคลากรเพื่อการเข้าสู่งานบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่นำเสนอมานี้ข้างต้นเป็นผลสรุปจากวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยย่อยในชุดโครงการวิจัย ซึ่งมีดังต่อไปนี้

- วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ลำดับที่ 1

1. เพื่อศึกษาลักษณะของอาคารสถานที่ที่ใช้ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตค้ำพื้นที่
2. เพื่อศึกษาประเภทของวงคนตรีในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตค้ำพื้นที่
3. เพื่อศึกษาสถานภาพของบุคลากรในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตค้ำพื้นที่

- วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ลำดับที่ 2

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อลักษณะการจัดอาคารสถานที่ในการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตค้ำพื้นที่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตค้ำพื้นที่

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่

- วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ลำดับที่ 3

1. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการจัดการบริการดนตรี ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่
2. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านสังคมจากการจัดการบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่
3. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการจัดการบริการดนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่

- วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ลำดับที่ 4

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาอาคารสถานที่ที่ใช้การจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรเพื่อการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลงานเพลงและดนตรีในการจัดบริการดนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามขอบเขตด้านพื้นที่

9. เป้าหมาย

- 9.1 ผู้ประกอบการสถานบริการในเขตพื้นที่เทศบาลนครหาดใหญ่
- 9.2 นักดนตรีอาชีพ
- 9.3 ผู้บริโภค
- 9.4 นักวิชาการ อาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิ

10. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

วันพุธที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2551 เวลา 13.00 – 21.00 น.

11. สถานที่จัดโครงการ

ห้องจัดแสดงดนตรี อาคารดุริยางคศาสตร์สากล มหาวิทยาลัยทักษิณ อ.เมือง จ.สงขลา

12. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา			
	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
1. จัดเตรียมเอกสารการประชุม	←→			
2. เสนอโครงการ กำหนดการประชุม	←→	←→		

3. ส่งเอกสารเชิญประชุมไปยังวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่เกี่ยวข้อง			← →	
3. สรุปประเด็นการสนทนาในแต่ละหัวข้อ			← →	
4. คำนึงงานการจัดประชุม			← →	
5. สรุปผล ประเมินผล การจัดประชุม			← →	
6. นำผลการประชุมเสนอต่องานชุดโครงการวิจัย				← →

13. ความพร้อมด้านองค์ความรู้ / ทรัพยากร

(/) ดำเนินการ ได้ทันที

() อยู่ในระหว่างเตรียมความพร้อม

13.1 ความพร้อมของรูปแบบการดำเนินการ

(/) มีแล้ว

() ต้องจัดหา

13.2 ความพร้อมของรูปแบบการดำเนินการ

(/) มีสมบูรณ์

() มีแต่ยังไม่สมบูรณ์

() ไม่มี

13.3 ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ เทคนิค

(/) สูง

() ปานกลาง

() ต่ำ

13.4 การศึกษาโครงการเบื้องต้น

() ไม่ต้องมี เพราะ.....

(/) มีแล้ว

14. การประเมินผลโครงการ

การประเมินผลได้จากการสังเกตและแบบสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการ

15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

15.1 สามารถนำเสนอแนวทางสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นผลจากการศึกษางานวิจัยเพื่อใช้เป็นนโยบายสาธารณะ

15.2 สามารถนำเสนอแนวทางสร้างมาตรฐานการใช้บริการคนตรีของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นผลจากการศึกษางานวิจัยเพื่อใช้เป็นนโยบายสาธารณะ

15.3 สามารถนำเสนอแนวทางสร้างมาตรฐานบุคลากรเพื่อการเข้าสู่บริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นผลจากการศึกษางานวิจัยเพื่อใช้เป็นนโยบายสาธารณะ

16. ผู้รับผิดชอบโครงการ

คณาจารย์สาขาวิชาดุริยางคศาสตร์สากล-ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

กำหนดการการสัมมนาวิชาการ เรื่อง
การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อ
การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
วันพุธที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2551 เวลา 13:00 – 21 :00 น.
ณ. ห้องจัดแสดง อาคารคูเวียงกาศาสตร์สากล (อาคาร 10)

เวลา	กิจกรรม	หมายเหตุ
12:30	ลงทะเบียน	
13:00	- เปิดการประชุมสมทนนาวิชาการ เรื่อง การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบ การจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา - สนทนาหัวข้อ สภาพการจัการบริการคนตรีในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	- อ.ทรงศักดิ์ คำเนนการประชุม - อ.วศิน ผู้บันทึกการประชุม
15:00	- สนทนาหัวข้อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการบริการ คนตรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	
17:00	- สนทนาหัวข้อ ผลกระทบจากการจัการบริการคนตรีในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	
18:00	- พักรับประทานอาหาร	
19:00	- สนทนาหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการจัการบริการคนตรีในสถานบันเทิง ในอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	
21:00	- ปิดการประชุม	



ที่ 1/2551

สาขาครุศึกษาศาสตร์สากล
คณะศิลปกรรมศาสตร์ อำเภอเมือง
สงขลา 90000

15 กันยายน 2551

เรื่อง เชิญประชุมสัมมนาเชิงวิชาการ

เรียน อาจารย์วีระเดช เสริมศิลป์

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการประชุมสัมมนาวิชาการ
หัวข้อประชุม
กำหนดการประชุม

ด้วยสาขาวิชาครุศึกษาศาสตร์สากล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
จัดทำวิจัยเรื่อง การสร้างมาตรฐานการจัดระเบียบการจัดการบริการคนตรีในอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ประกอบด้วยโครงการวิจัย 4 โครงการ ในการนี้สาขาวิชาได้จัดประชุมสัมมนาเชิงวิชาการในวันพุธที่
17 กันยายน 2551 เวลา 13:00 – 21.00 น. โดยขอเชิญ อาจารย์ วีระเดช เสริมศิลป์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ในการประชุมครั้งนี้ด้วยจักขอพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายทรงศักดิ์ ปัทมรุ่ง)

ประธานโครงการชุดวิจัย

หลักสูตรครุศึกษาศาสตร์สากล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
จังหวัดสงขลา 90000 โทร (074) 314315 ต่อ 1701 ,081-5989775

ประวัติคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวปานัน คำฝอย
(ภาษาอังกฤษ) Miss PHANAN KOMFOI
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3909800611149
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตร ครุศึกษาศาสตร์ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก
สาขาวิชาครุศึกษาศาสตร์ไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ถนนกาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000 โทร(074) 443959 โทรสาร (074) 449959 ,089-1402224 E-mail : phanan_k@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
ปี 2539 กศ.บ. ครุศึกษาศาสตร์ไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี 2545 ศศ.ม (มานุษยวิทยาคิวทยา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี 2550 อยู่ระหว่างศึกษาต่อระดับปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ นาฏศิลป์ไทย
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- ไม่มี -

ผู้ร่วมโครงการวิจัย 1

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นายทรงศักดิ์ ปัทมรุจ
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Songsak Pattamarut
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 5-9099-99000-84-6
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ประจำคณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยทักษิณ
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
สาขาครุศึกษาศาสตร์สากล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ 140 ถนนกาญจนวนิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ. สงขลา 90000 โทรศัพท์ 074 311885-7 ต่อ 1702 e-mail : spattamarut@gmail.com
5. ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2522 ปกศ.สูง (ดนตรีศึกษา) วิทยาลัยครูจันทระเกษม
พ.ศ. 2526 กศ.บ. (ครุศึกษาศาสตร์) ม.ศ.ว. ประสานมิตร

พ.ศ. 2549 ศศ.ม.(ดนตรี) มหาวิทยาลัยมหิดล

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
สาขาดนตรีวิทยา

สาขาเทคโนโลยีดนตรี

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
ไม่มี

ผู้ร่วมโครงการวิจัย 2

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นายไกรศิลป์ โสदानิล

(ภาษาอังกฤษ) Mr.Kraisilp Sodanil

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3700100916854

3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตร ศศ.บ.(ดุริยางคศาสตร์สากล) คณะศิลปกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

หลักสูตร ศศ.บ.(ดุริยางคศาสตร์สากล) คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ 140

หมู่ 4 ถ.กาญจนวณิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000 โทรศัพท์ 089 – 7362903 E-mail

#1:skraisilp@tsu.ac.th และ E-mail #2 Kraisilp_s@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

- ปี 2546 ศศ.บ.ดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

- ผู้ควบคุมวง Symphonic รับเสด็จสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ใน
งานพระราชทานปริญญาบัตร ปีการศึกษา 2545

- ควบคุม/ดูแลและฝึกซ้อมวง Symphonic รับเสด็จสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยาม
บรมราชกุมารีในงานพระราชทานปริญญาบัตรปีการศึกษา 2546

- อาจารย์วิชาเครื่องลมทองเหลือง ในโครงการบริการวิชาการคนตรี

- ผู้ควบคุมวงดนตรี/วงทอกร Symphonic Band / Big Band มหาวิทยาลัยทักษิณ

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- ไม่มี -

ผู้ร่วมโครงการวิจัย 3

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวศกาวรรณ บุญดิเรก

(ภาษาอังกฤษ) Miss Pakawan Boondirek

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3901100004668
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตร ศศ.บ.(ดุริยางคศาสตร์สากล)
4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

สาขาวิชาดุริยางคศาสตร์สากล คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ 140 ถนน
กาญจนวนิช ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 9000 โทรศัพท์ (074) 074311885-1701-
1703 โทรสาร (074) 449959 E-mail #1 : yuichan_046@hotmail.com และ pakawan@tsu.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

ปี 2545 ศศ.บ. (ดุริยางคศาสตร์สากล) มหาวิทยาลัยทักษิณ

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
- ผู้ควบคุมวงดนตรี/วาทยกรวงขับร้องประสานเสียง มหาวิทยาลัยทักษิณ(TSU

Chorus)

- วิทยากรวิชาเปียโน โครงการบริการวิชาการดนตรีสำหรับบุคคลทั่วไป

- อาจารย์ประจำวิชาทักษะ(Voice), การขับร้องประสานเสียง, ทฤษฎีการสอดทำนอง

และวิชาทฤษฎีโน้ตสากล

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

- ไม่มี -

