# ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

ปริญญานิพนธ์

ของ

วิมลวรรณ สุธีบุตร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
มกราคม 2551

# ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

บทคัดย่อ

ของ

วิมลวรรณ สุธีบุตร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา

มกราคม 2551

วิมลวรรณ สุธีบุตร. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด*. ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์, รองศาสตราจารย์สุจินต์ ปรีชามารถ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำนวน 370 คน เลือกโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) ทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับมาก

2. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน

# SATISFACTION OF THAI TOURISTS WITH TOURISM INDUSTRY OF N.S. TRAVEL & TOURS CO.,LTD.

AN ABSTRACT

BY

WIMONWAN SUTEEBUT

Presented in Partial Fulfillment of Requirements for the

Master of Science Degree in Recreation Management

at Srinakharinwirot University

January 2008

Wimonwan Suteebut. (2008). *Satisfaction of Thai Tourists with Tourism Industry of N.S. Travel & Tours Co.,Ltd.* Master Thesis, M.Sc.(Recreation Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Asst. Prof. Panomsak Sawatpong, Assoc. Prof. Sujin Prechamart.

The purpose of this research were to study and to compare the sastifaction of Thai tourists with tourism industry of N.S. Travel & Tour Co.,Ltd.,with 4 factors were: tourists resource, places and facilities and management tourism among five variables:- sex, age, education level, occupation and income per month. The samples for the study consist of 370 Thai tourists with tourism industry of N.S. Travel & Tour Co.,Ltd. The instrument used for collecting data was five rating scale questionnaires. The data were analysis by using the SPSS program to percentage, means, standard deviation, t-test and F-test.

The results of the research were as follows :-

1. The satisfaction of Thai tourists with tourism industry of N.S. Travel & Tour Co.,Ltd. was in high level.

2. Thai tourists with difference sex and age was statistically significant difference at .05 level.

3. Thai tourists with difference education level, occupation and income per month showed no difference to satisfaction with tourism industry of N.S. Travel & Tour Co.,Ltd.

# ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

ปริญญานิพนธ์

ของ

วิมลวรรณ สุธีบุตร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
มกราคม 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ
บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

ของ
วิมลวรรณ สุธีบุตร

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

…….. คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ ..... เดือน มกราคม พ.ศ. 2551

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุจินต์ ปรีชามารถ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุจินต์ ปรีชามารถ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง)

# ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเรียบร้อยได้ เพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนมศักดิ์ สวัสดิ์พงษ์ ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ สุจินต์ ปรีชามารถ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ในครั้งนี้ ที่ดูแลให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปริญญานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวดี พึ่งโพธิ์ทองและรองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง ที่กรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบปากเปล่าและดูแลให้คำแนะนำ เสนอแนะ ตลอดจนช่วยเหลือ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการดำเนินการศึกษาวิจัย ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ ตรวจแบบสอบถามและให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมในบางประเด็นของการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ในด้านการจัดการนันทนาการอบรมสั่งสอนประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มการศึกษาเป็นต้นมา ขอขอบคุณ คุณสมัคร ภูมิเขต ที่ให้การช่วยเหลือและคำแนะนำอย่างดียิ่ง รวมทั้งทุกท่านที่เกี่ยวข้องซึ่งมิได้กล่าวนามในที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และให้กำลังใจในการทำปริญญานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้บริหารของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ ทุกท่าน และนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามอย่างจริงใจ

ขอขอบคุณเพื่อนๆนิสิตร่วมรุ่นปริญญาโท สาขาการจัดการนันทนาการ ภาคปกติ รุ่น 5 ที่เป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคุณพ่อนิคม สุธีบุตร คุณแม่วีรวรรณ สุธีบุตร และญาติพี่น้องทุกท่านที่กรุณาส่งเสริมสนับสนุน และให้กำลังใจผู้วิจัยมาโดยตลอด จนประสบความสำเร็จ คุณค่าและประโยชน์ใดที่พึงมีจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบให้ครอบครัวอันเป็นที่รัก ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

วิมลวรรณ สุธีบุตร

# บัญชีตาราง

ตาราง หน้า


1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด..... 53

2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด..... 55

3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว... 55

4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ.. 56

5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก..... 57

6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านการจัดการท่องเที่ยว. 58

7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ..... 59

8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ..... 60

9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ..... 61

10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ..... 63

11 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำแนกตามอายุ..... 64

# บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า


12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา..... 65

13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา..... 67

14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ..... 68

15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ..... 70

16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 71

17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 73

# บัญชีภาพประกอบ

**ภาพประกอบ** **หน้า**


1 กรอบแนวคิดในการวิจัย…….. 5
2 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล..... 9
3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ..... 12
4 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ..... 14
5 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ..... 15
6 การจัดการท่องเที่ยว..... 25
7 ภาพผู้ประกอบธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว..... 27

# บทที่ 1
# บทนำ

## ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่มีกิจกรรมหลายอย่างรวมกัน อันเป็นกระบวนการทางนันทนาการที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) โดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้เดินทางจะต้องเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพ ก่อให้เกิดคุณค่าทางด้านการพัฒนาอารมณ์ จิตใจ และร่างกาย ผ่อนคลายความเครียด เปลี่ยนบรรยากาศ ฝึกความอดทนและควบคุมตนเองให้มีความรู้ความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ๆ การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยขึ้นอยู่กับการเลือกและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมนันทนาการท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 43 - 44)

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นที่รู้จักกันของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามหลากหลาย ทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก แหล่งปะการัง ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์น่าประทับใจและมีนิสัยในการให้บริการที่ดี และคุณลักษณะของคนไทยเป็นผู้มีอัธยาศัยไมตรีมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความเป็นมิตร มีความยิ้มแย้มแจ่มใส จนได้รับสมญานามเป็นดินแดนแห่งรอยยิ้ม

การจัดและบริการแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ มีมากขึ้นทั้งโดยรัฐและเอกชน ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและเกิดผลโดยตรงต่อภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการหมุนเวียนมากขึ้น ก่อให้เกิดอาชีพและรายได้จำนวนมากจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวบ้างแต่ก็ไม่ถึงกับทำให้สถานการณ์ท่องเที่ยวถึงกับซบเซา เพราะปัจจัยที่มีส่วนผลักดันให้การท่องเที่ยวเติบโตไปได้อย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินการร่วมกันทั้งของภาครัฐและเอกชน นโยบายของประเทศมุ่งส่งเสริมและให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในประเทศมีการจัดกิจกรรมกระตุ้นให้ประชาชนคนไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่นใน ปี 2548 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแคมเปญ “เที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” เพื่อส่งเสริมการตลาดในประเทศ นอกจากนี้ ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดงานคอนซูมเมอร์แฟร์ “เที่ยวไทยทั่วทิศ” โครงการลดทั้งเกาะสนุกทั้งเมือง (กองสถิติและวิจัย ททท. 2548 : 8, 23) และในปี พ.ศ.2549 - 2550 มีงานที่กระตุ้นกระแสการท่องเที่ยวภายในประเทศได้อย่างดียิ่ง คืองานพืชสวนโลกมีผลให้คนไทย สนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย การบริการการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะการบริการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจสถานพักแรมและที่พักอาศัยรูปแบบต่างๆ ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือผู้ประกอบธุรกิจบริการนำเที่ยวอื่นๆ ต่างก็พยายามจัดบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (นิภาพร หนูอักษร. 2548 : 1)

ในปัจจุบันมีการจัดตั้งบริษัทนำเที่ยวมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันการบริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ แม้ว่าการท่องเที่ยวแบบเดินทางโดยตนเองจะเป็นที่นิยม แต่การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมีความนิยมสูงขึ้น เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้จัดหาบริการ และอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ที่พัก อาหาร ยานพาหนะ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มัคคุเทศก์ที่มีความชำนาญให้ทั้งความรู้และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นการแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยพยายามปรับปรุงรูปแบบการบริการและรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น สายการบิน โรงแรม ภัตตาคารและบริษัทนำเที่ยว ได้หันมาร่วมมือจัดทำการส่งเสริมด้านการตลาดระหว่างกันมากขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวถูกลง ดังนั้น บริษัทนำเที่ยว จึงเป็นหน่วยงานของเอกชนที่สามารถสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การจัดบริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบที่จำเป็นหลายด้านที่ต้องเกี่ยวข้อง อาทิ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญในการท่องเที่ยว การจัดบุคลากร เช่น มัคคุเทศก์ และพนักงานบริการในการอำนวยความสะดวกต่างๆ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ร้านอาหาร ยานพาหนะ เป็นต้น

บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เป็นบริษัทธุรกิจนำเที่ยวที่ได้ขออนุญาตจัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจบริการนำเที่ยวโดยได้รับความนิยมเป็นลำดับ 1 เมื่อ พ.ศ. 2544 ในจำนวน 10 ลำดับ (กองสถิติและวิจัย ททท. มิถุนายน 2544) บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัดมีการจัดบริการนำเที่ยวภายในประเทศเป็นหลักและให้บริการนักท่องเที่ยวไทยเป็นส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ประสบผลสำเร็จ ในธุรกิจท่องเที่ยวมาจนถึงปัจจุบันนี้ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวไทยได้เที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น นอกจากได้รับคุณค่าจากการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยตรง

จากเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เนื่องจากเห็นว่าผู้จัดนำเที่ยวสามารถให้ประโยชน์ ทั้งผู้ให้บริการ ผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่า ผลงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปส่งเสริมและพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่ดีเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และมีการให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวไทยส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวไทยนิยมเที่ยวภายในประเทศ

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1.เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

## ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจ นำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ ซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวของเอกชนในด้านการจัดดำเนินงานบริการต่างๆ และสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบ การบริการให้มีคุณค่า มีความเหมาะสม สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวไทย และผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำนวน 9,850 คน ในปี พ.ศ.2549 (ข้อมูลจากบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด วันที่ 17 ธันวาคม 2549)

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยกำหนดของกลุ่มโดยเทียบจากตารางประมาณการของกลุ่มตัวอย่างของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970 : 608) ได้จำนวน 370 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้
    1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล
        1.1.1 เพศ
        1.1.2 อายุ
        1.1.3 ระดับการศึกษา
        1.1.4 อาชีพ
        1.1.5 รายได้

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

**นิยามศัพท์เฉพาะ**

**1. ความพึงพอใจที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว** หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้คือ

1.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี

1.2 ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ หมายถึง มัคคุเทศก์ พนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท และพนักงานขับรถของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

1.3 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง ได้แก่ ยานพาหนะ สถานที่พักและอาหาร

1.4 ด้านการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานตามโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ได้แก่ โปรแกรมท่องเที่ยว เวลา งบประมาณค่าใช้จ่าย

**2. นักท่องเที่ยวไทย** หมายถึง นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

**3. ธุรกิจนำเที่ยว** หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวที่ประกอบกิจการบริการนำเที่ยวภายในประเทศ โดยมี การจัดการและการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยวไทย

**4. บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด** หมายถึง บริษัทท่องเที่ยวที่ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเลขที่ 11/0005 ที่มีการวางแผนและจัดบริการ นำเที่ยวภายในประเทศโดยมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

**5. เพศ** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่แสดงของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

5.1 ชาย

5.2 หญิง

**6. อายุ** หมายถึง ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

6.1 ต่ำกว่า 25 ปี

6.2 25 - 34 ปี

6.3 35 - 44 ปี

6.4 สูงกว่า 44 ปีขึ้นไป

**7. ระดับการศึกษา** หมายถึง การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

7.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

7.2 ปริญญาตรี

7.3 สูงกว่าปริญญาตรี

**8. อาชีพ** หมายถึง ลักษณะหน้าที่หรือภารกิจที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำตามความรู้ความสามารถของตนเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

8.1 นักเรียน/นักศึกษา

8.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

8.3 พนักงานบริษัท/รับจ้าง

8.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

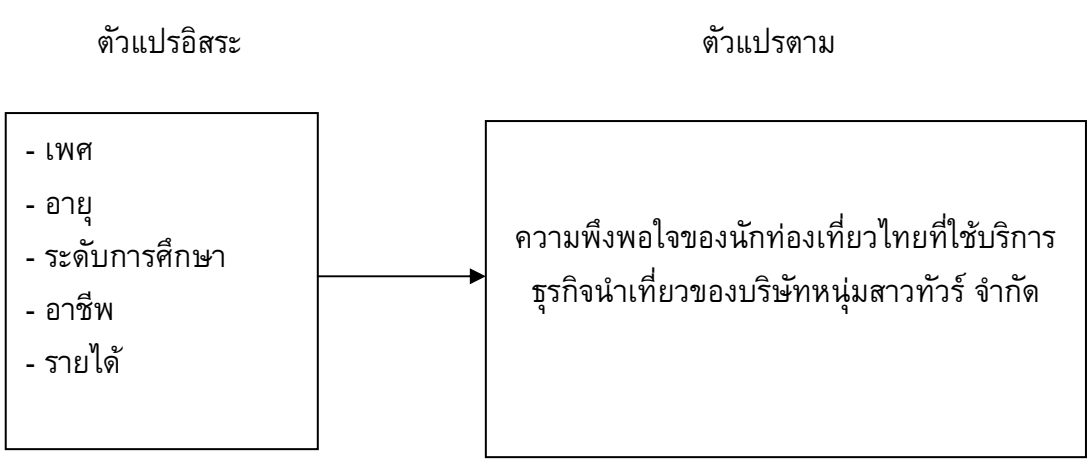
**9. รายได้** หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

8.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

8.2 10,000 - 20,000 บาท

8.3 สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

## กรอบแนวคิดในการวิจัย




ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

# บทที่ 2
# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
    1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
    1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ
    1.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
    1.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
    2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
    2.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว
    2.3 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
    2.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว
    2.5 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
    2.6 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
5. ขอบข่ายและความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว
    5.1 บทบาทของธุรกิจนำเที่ยว
    5.2 ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยว
    5.3 ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
8. ประวัติบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
    9.1 งานวิจัยต่างประเทศ
    9.2 งานวิจัยในประเทศ

## 1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิดต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถแสดงออกทางอารมณ์อันเป็นความรู้สึกในทางบวก โดยเกิดจากการประเมินค่าของความแตกต่างระหว่างสิ่งคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง เป็นความต้องการของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย อันเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จ เสมือนเป็นเครื่องมือในการผลักดันคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี โดยมีหลักแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและพฤติกรรมบุคคล ซึ่งจะต้องกล่าวถึงในประเด็นต่างๆ ดังนี้

### 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

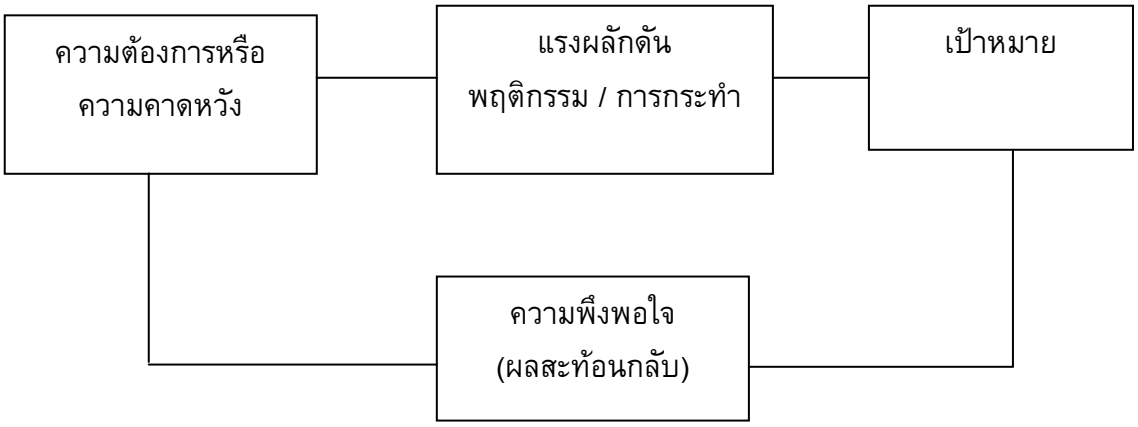
คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วๆ ไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543 : 19) และมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาให้ความหมายไว้ดังนี้

วรูม (จันทร์เพ็ญ ดูเทศานันท์. 2542 : 47; อ้างอิงจาก Vroom. 1964 : 328) กล่าวว่า เจตคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น เจตคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และเจตคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้นๆ

โวล์แมน (จันทร์เพ็ญ ดูเทศานันท์. 2542 : 47; อ้างอิงจาก Wolman. 1973 : 304) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพอใจ คือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

แมคคอร์มิค (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542 : 17; อ้างอิงจาก McCorrmick. 1965 : 299) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

มัลลินซ์ (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542 : 17; อ้างอิงจาก Mullins. 1985 : 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพเกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเอง พยายาม จะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้ว จะเกิดความพึงพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก ตามภาพประกอบ 2




ภาพประกอบ 2 การเกิดความพอใจของบุคคล

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

วัฒนา เพชรวงศ์ (2542 : 18) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือเจตคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

**1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ**

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542 : 202) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะส่งมอบบริการนั้นๆ การบริการหมายถึง สิ่งที่สัมผัสจับต้องได้ยาก และสูญสลายหายไปได้ง่าย การบริการสามารถสร้างขึ้น โดยที่ผู้ให้บริการทำ เพื่อส่งมอบการบริการหนึ่งๆ ให้แก่ผู้รับบริการ การบริโภคหรือการให้บริการจะเกิดขึ้นในทันทีเมื่อมีการให้บริการนั้นๆ หรือเกือบจะทันทีทันใดที่การให้บริการเกิดขึ้น

ความพึงพอใจในการบริการถือว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการ ที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่จะนำความรู้ความเข้าใจ มาปรับปรุงให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ตามที่ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 21) ได้อธิบายความสำคัญต่อผู้ให้บริการ ที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการต่อไปนี้

1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการและปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึก และความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ และสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ การนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้ามีผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจจะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

3) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งเป็นออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ งานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของคนเรา เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการย่อมทุ่มเทความพยายาม ในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้า

ยิ่งๆ ขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อๆ ไป

จะเห็นว่า ความพึงพอใจในการบริการให้ความสำคัญทั้งสองลักษณะ คือ ความ พึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่มีส่วนสัมพันธ์กันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ

**1.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ**

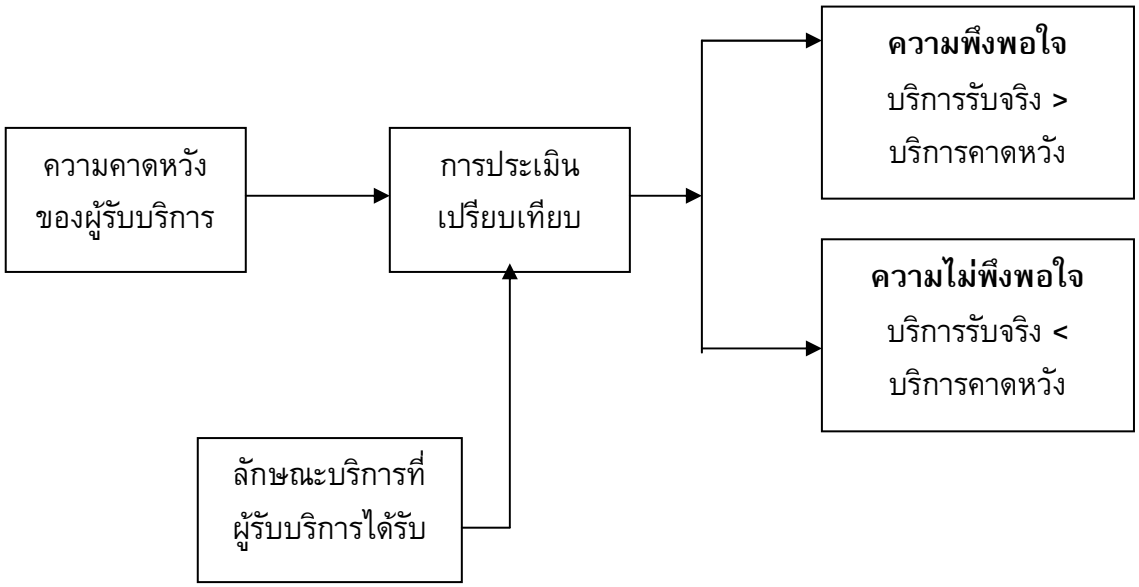
จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 19) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยาม แบ่งเป็น 2 นัย คือ

1) ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2) ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า ความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่งหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543 : 19; อ้างอิงจาก Oliver. 1980 : 460 A. *Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.*) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงข้าม ความไม่พึงพอใจหมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพประกอบ 3

สถานการณ์ก่อนซื้อ สถานการณ์หลังซื้อ




ภาพประกอบ 3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ
ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 19)

จากการศึกษาความหมาย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้ สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการแต่ละครั้งได้

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่ลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่า เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละยุคคงอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิด

ความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ / ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบ สนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในการบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในกับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการกระบวนการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ

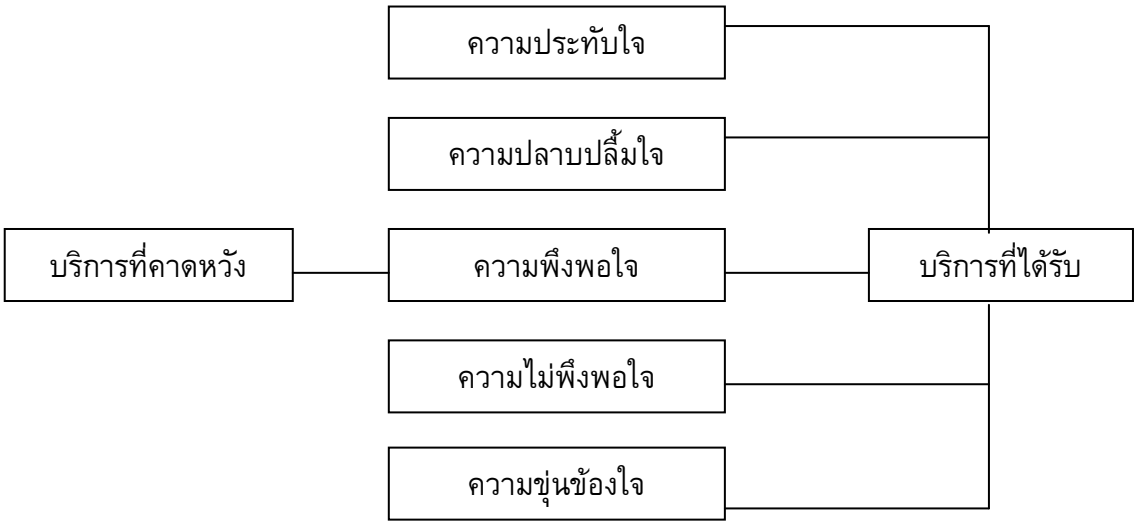
ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันพร้อมกับได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดีเนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับความคาดหวัง

ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังที่เกินความคาดหวัง และความไม่พึงพอใจจะเกิดพฤติกรรมบางลักษณะ ดังปรากฏตามภาพประกอบ 4




ภาพประกอบ 4 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543 : 39; อ้างอิงจาก พิภพ อุดม. 2537. *ความพึงพอใจของลูกค้า : ทำไมและอย่างไร.*)

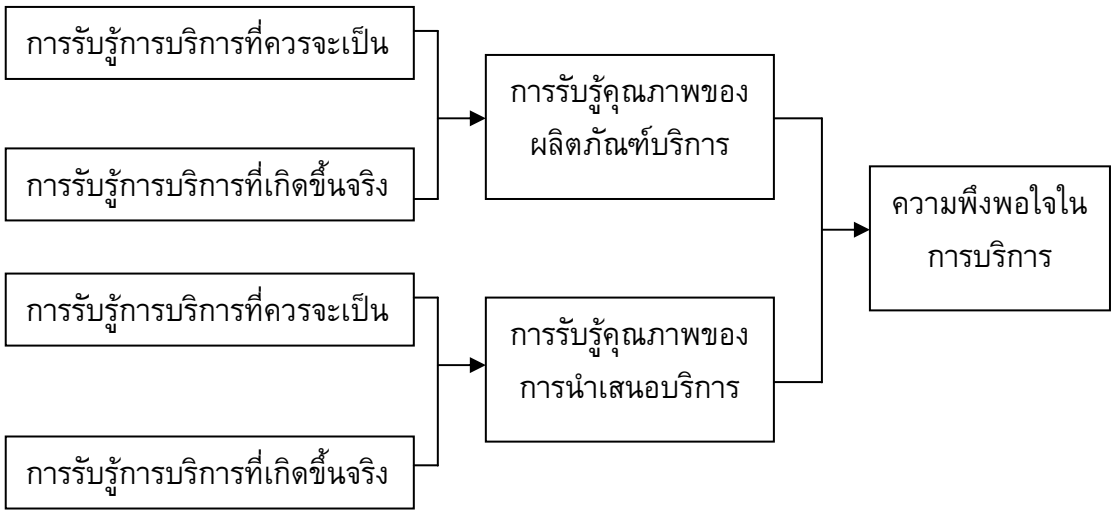
**1.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ**

ความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้นจากกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่า ควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณ์การบริการหนึ่ง ซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ โดยจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543 : 25 - 26) แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แขกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทางหนึ่ง หรือลูกค้าธนาคารจะได้รับการช่วยเหลือด้านสินเชื่อ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการ ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตน การให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขกด้วย

อัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระพนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหาร ด้วยความสุภาพเป็นกันเอง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง




ภาพประกอบ 5 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543 : 26)

จากภาพประกอบ 5 จะเห็นว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าว ย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปในทาง ตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง ไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ส่วนสมาคมผู้ชำนาญการด้านวิทยาศาสตร์การท่องเที่ยว (International Association of Scientific Expert in Tourism: IASET) ภายใต้การนำของฮันซีเกอร์ และครัฟท์ (ตุ้ม ชุมสาย และ ญิบพัน พรหมโยธี, 2527: 18 อ้างอิงจาก Hunziker and Kraft, 1978: 12) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพ ซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักแรมต่างถิ่นเป็นการชั่วคราวโดยมิได้ประกอบอาชีพ”

ชิดจันทร์ หังสสูต (2532 : 1 - 2) ได้อธิบายความหมายของ 2 คำนี้ก่อนคือ

1. นันทนาการ (Recreation) คือ งานบันเทิงหรือการพักผ่อนหย่อนใจทั่วไปจะทำขึ้นโดยเฉพาะในยามว่างเป็นความสนุกสนานเฉพาะตัวที่สามารถเลือกได้ จึงเป็นกิจกรรมเฉพาะอย่างที่เป็นความพอใจ หรือเกิดความสุขใจ แก่บางคน บางกลุ่ม บางเหล่าเท่านั้น

2. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางผ่าน หรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางใกล้ๆ หรือสถานที่ต่างประเทศ รวมทั้งการเคลื่อนไหวทุกชนิดโดยไม่สนใจในจุดมุ่งหมายแต่อย่างใด

จะเห็นว่า คนเดินทาง หลายแบบหลายวิธีและด้วยเหตุผลต่างๆ กันเพื่อที่จะให้ การเดินทางมีความหมายเป็น “การท่องเที่ยว (Tourism) การเดินทางจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ ครบถ้วน คือ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความจงใจของผู้เดินทาง
3. ต้องมิใช่เพื่อรับสินจ้างในการนั้น

น่าจะพิจารณาด้วยว่า ผู้เดินทางจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือไม่ขึ้นอยู่แก่จิตใจหรือท่าทีความรู้สึกของผู้เดินทางนั้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 4) ให้ความหมายการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

**2.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว**

ในปี ค.ศ.1963 องค์การสหประชาชาติ ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ในที่ประชุมได้เสนอความหมายของนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า

(1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitors) คือบุคคลใดๆ ก็ตามที่เดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่ใช่แหล่งที่อยู่อาศัยของตนเป็นการชั่วคราว และพำนักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ใช่เป็นการหารายได้จากประเทศที่ไปเยือน โดยมีวัตถุประสงค์ในการไปเยือนดังนี้

ก. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนบุคคล ได้แก่ การเดินทางเพื่อใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อน เพื่อวันหยุด เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อการศึกษา เพื่อจาริกแสวงบุญและเพื่อเล่นกีฬา

ข. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ได้แก่ การเดินทางเพื่อธุรกิจเผยแพร่ศาสนา การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การแข่งขันกีฬาและการประชุมสัมมนา ฯลฯ

(2) นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน หรือนักทัศนาจร (Pay Visitors or Excursionists) คือบุคคลที่เดินทางมาเยือนชั่วคราว และพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยไม่ได้

เป็นการหารายได้ (ศรัญยา วรากุญวิทย์. 2547 : 3 - 4)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533 : 19 - 20) ได้นำความหมายที่องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดไว้เป็นหลักในการจดนับสถิติว่าเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) การท่องเที่ยว การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมญาติมิตร การศึกษาดูงาน ฯลฯ

2) มาร่วมประชุมสัมมนาหรือเป็นตัวแทนของสมาคม นักกีฬา นักบวช ฯลฯ

3) การติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้

(2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การหารายได้ในสถานที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

นิคม จารุมณี (2535 : 85) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยือนใดๆ ที่พำนักในประเทศที่มาเยือนเกินกว่า 24 ชั่วโมงโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อธุรกิจ เพื่อการประชุมสัมมนา ครอบครัว มิตรสหาย สุขภาพอนามัย วันหยุดพักผ่อน ระหว่างการปฏิบัติหน้าที่การงานเพื่อการกีฬา เยี่ยมญาติ ศาสนกิจ การศึกษา และเพื่อความบันเทิง

ผู้วิจัยสรุปความหมายของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่นเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใดก็ตาม ที่มิใช่การประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

**2.3 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว**

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 6 - 7) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (Recreation) วันหยุด (Holiday) เพื่อสุขภาพ (Health) การศึกษา (Study) ศาสนา (Religion) และการกีฬา (Sport)

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (Meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักแรม การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

ชิดจันทร์ หังสสูต (2532 : 8 - 9) แบ่งความมุ่งหวังของการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. มุ่งหวังในทางกาย คือ มุ่งเดินหน้าเพื่อการพักผ่อนทางร่างกาย การเล่นกีฬา การสนุกสนาน ชายหาด การพักผ่อนใจในไนต์คลับ และด้านรักษาสุขภาพโดยตรง อาจเป็นคำสั่งของแพทย์ หรือคำแนะนำและเป็นประโยชน์ของการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการจะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ รู้เกี่ยวกับดนตรีศิลปะ นิทานพื้นบ้าน การเต้นรำ การเขียนภาพ ศาสนา และกิจกรรม วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจหนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้านที่ยุ่งเหยิง หรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ๆ

4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติยศ ต้องการพัฒนาบุคลิกส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อทำอะไรในยามว่าง ไปเพื่อศึกษาที่ได้รับปริญญาบัตร และสนใจในด้านอาชีพ หรือวิชาชีพอื่นๆ เป็นเรื่องที่ต้องการจะเรียนรู้

**การท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ**

จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถบัสไปกันเองโดยจะกำหนดเอาว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใดหยุดท่องเที่ยวที่ใดบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ทำตามที่ปรารถนา บริการต่างๆ ระหว่างทาง และปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของหนึ่งคน หรือกี่คนก็ตามซึ่งมิได้นัดกัน ไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่นๆ โดยกำหนดไว้เป็นรายการแน่นอนนักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ก็ขาดเสรีไปบ้าง ในเรื่องสถานที่ที่อยากจะไปเที่ยวและต้องทำรายการต่างๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

3.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาวถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษาจะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ใดเป็นคาบเวลายาวนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกคาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

3.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2 -3 วัน ถึง 10 - 12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นานๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนาจร เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ใกล้ๆ พรมแดนจะมีทัศนาจรข้ามพรมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

4. การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเดินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวก็กระทำกันไม่น้อย

5. การท่องเที่ยวแบบบวกกับแบบลบ (Receptive and Passive Tourism) ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งและนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้ในประเทศนั้น จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น

**2.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว**

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการตามที่ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 88 - 89) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาในวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

**2.5 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)**

ความหมายของคำว่าอุตสาหกรรม ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 1380) กล่าวว่า การกระทำสิ่งเพื่อให้เป็นสินค้า แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ กิจกรรม

ทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบพาณิชย์ หรือการผลิต จะมีองค์ประกอบที่เด่นชัด 4 ประการ คือ โรงงาน สินค้า ลูกค้า และการขนส่งเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง สามารถเปรียบเทียบได้ดังนี้

1. โรงงาน หมายถึง แหล่งผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการท่องเที่ยว นั่นเอง

2. ลูกค้า หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สิ่งที่ผู้ซื้อจะได้รับคือความพอใจ ความสุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบายและความทรงจำที่น่าประทับใจ สิ่งเหล่านี้ คือสินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

3. สินค้า ในด้านอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ไม่ต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์เหมือนอุตสาหกรรมการผลิต เป็นข้อได้เปรียบอย่างหนึ่งคือ นำมาขายได้เรื่อยๆ เช่น ความสวยงามทางธรรมชาติสิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้นและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น

4. การขนส่ง องค์ประกอบของอุตสาหกรรมทุกประเภท คือ การขนส่ง ผู้ผลิต จะต้องส่งสินค้าไปยังลูกค้า แต่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับตรงกันข้าม เพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้งโรงงาน วัตถุดิบ สินค้าในตัวเองพร้อมสรรพไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือ บริการนั้น ณ แหล่งผลิต หรือโรงงาน

กิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งและมีธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง 2 ประเภทคือ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ บริการ (Service) ต่างๆ รวมทั้ง ความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่างๆ เป็นต้น วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือความสวยงามทางธรรมชาติ ศิลปกรรมโบราณสถานขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็คือ การบริการนักท่องเที่ยว ได้รับในรูปแบบต่างๆ และก่อให้เกิดความพึงพอใจและยังมุ่งเน้นในเรื่องของการมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักมากขึ้น มีระยะเวลาการพักค้างคืนในประเทศที่ยาวนานขึ้น และมีการใช้จ่ายในประเทศสูงขึ้น

### 2.6 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourists Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อ

ก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความเครียด พร้อมๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์และที่ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นสินค้าที่ระลึก

สรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคม และการเมืองมีดังต่อไปนี้ (นิคม จารุมณี. 2535 : 5 - 7)

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาท รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียง 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลช่วยในการแก้ไขการขาดดุลด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่มีการกระจายไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานในด้านการบริการ โดยเฉพาะธุรกิจการโรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย (Limitless Industry) เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็น 290 ล้านคนในปี พ.ศ.2527 กระนั้นนักวิชาการทางการท่องเที่ยวเชื่อว่า ปริมาณท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นเพียงการเริ่มต้นในขณะที่การขนส่งสามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงเท่านั้น การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษย์ชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ภูเขา แม่น้ำ สภาพอากาศและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่แปรผันหรือขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ ไม่ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากอาชีพเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมอื่นๆ นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมที่เก่าแก่สืบเนื่องนับพันปี จึงมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่เป็นมรดกตกทอดควรแก่การเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปสู่ภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าคนไทยหรือต่างประเทศย่อมเป็นส่วนช่วยให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นลักษณะสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นนั้น

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและพื้นที่ที่ความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังที่ที่มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วยหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักกันและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน เดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยว ระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี เพื่อนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

## 3. แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544:43-44) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่ดึงดูดความสนใจ ที่มีหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมเกมและกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง

การอาบน้ำแร่ และซึมซับวัสดุธรรมชาติ สมุนไพร การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมได้กับทุกเพศทุกวัย ขึ้นอยู่กับการเลือก และมีประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1.ผลทางด้านสังคม

1.1 ครอบครัวมีความพึงพอใจทางสายสัมพันธ์ทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ง่ายดายและมีผลต่อการปรับสมดุลทางเศรษฐกิจ

1.2 การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกันการอยู่ร่วมในสังคมเป็นสุข

1.3 เกิดการสร้างความร่มเย็น แข็งแรงและมีสันติภาพในบ้านเมือง

1.4 ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง สัมพันธ์กันทางบวกทั้งนี้อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2.ผลทางด้านจิตใจ

2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 หนีหลีกเลี่ยงความกดดันจากสิ่งกายภาพ

2.3 หนีปัญหาสังคม

2.4 จิตใจแจ่มใจ มีความสงบ และมีสมรรถภาพดีขึ้น

2.5 มีอิสรภาพ ที่จะทำ จะคิด

2.6 เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์

2.7 ตื่นเต้น

2.8 ใจมั่นคง สงบ สมาธิดี

2.9 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การซึมซับจากธรรมชาติ

จากที่กล่าวมาสรุปว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สามารถเลือกเฟ้นหาได้ในแต่ละบุคคล ตามความต้องการและจะพบเสมอจากขบวนการของการท่องเที่ยวนั้นจะมีกิจกรรมต่างๆ ร่วมอยู่ในขบวนการท่องเที่ยวนั้นๆ และส่วนใหญ่จะอาศัยธรรมชาติมาเป็นปัจจัยในการประกอบกิจกรรมร่วม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการจึงเป็นการสร้างประสบการณ์ชีวิตที่สำคัญยิ่งดังที่สมบัติ กาญจนกิจ. (2544 : 43 – 44) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่มีกิจกรรมหลายอย่างรวมกันอันเป็นกระบวนการทางนันทนาการที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) โดยมีการเดินทาง เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้เดินทางจะต้องเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพ ก่อให้เกิดคุณค่าทางด้านการพัฒนาอารมณ์ จิตใจ และร่างกาย ผ่อนคลายความเครียด เปลี่ยนบรรยากาศ ฝึกความอดทนและควบคุมตนเองให้มีความรู้ความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ๆ การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยขึ้นอยู่กับการเลือกและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมนันทนาการท่องเที่ยว

## 4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจนันทนาการอย่างหนึ่งที่อาศัยการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคได้รับการบริการด้านบันเทิงเกิดอารมณ์สุข สนับสนุนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพื่อคลายความเครียด มีความสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมเกมนันทนาการหลากหลายในกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีผู้นำนันทนาการที่เข้าใจในวิชาการการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “มัคคุเทศก์”

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 15) กล่าวว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจนันทนาการที่สามารถเป็นอุตสาหกรรมบริการเพื่อพัฒนาอารมณ์สุขได้อย่างยั่งยืน ยาวนาน สามารถนำมาเป็นเครื่องมือ และวิถีทางในการพัฒนาความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงถือเป็นนโยบายอันสำคัญ ในการนำมาจัดเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และความมั่นคงของประเทศ โดยนำการท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาการขาดสมดุลทางเศรษฐกิจของประเทศ

ชับบ์ และชับบ์ (Chubb and Chubb. 1976 : 114) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งในกิจกรรมอื่นๆ โดยมีลักษณะเป็นการบูรณาการหลายๆ กิจกรรมเข้าด้วยกัน คือ กิจกรรมชุมชน สวนสาธารณะ บันเทิง กาสิโน ดนตรี สโมสร สวนสนุก อาหาร เครื่องดื่ม ฟาร์ม เป็นต้น โดยสามารถนำเป็นธุรกิจในรูปอุตสาหกรรมนันทนาการเชิงบริการได้ เป็นการบริการเพื่อสวัสดิการทางสังคมให้แก่ประชาชน และตนเองทุกระดับชั้น ทุกเพศ ทุกวัย เป็นการช่วยเหลือรัฐโดยรัฐมีแต่ได้ประโยชน์ ถึงแม้ว่าจะได้ผลกำไรไม่มากในเชิงเศรษฐกิจแต่จะได้กำไรเชิงจัดสรรต่อสังคมอย่างมหาศาล เพราะได้คนที่มีคุณภาพ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นคงของชาติ

ในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวก็เหมือนกับการจัดการธุรกิจนันทนาการนั่นเอง กล่าวคือ ต้องมีระบบการบริหารจัดการคน จัดการวิธีการ จัดการตลาด จัดการการเงิน และจัดการปัจจัย วัสดุอุปกรณ์อาคารสถานที่ เป็นต้น

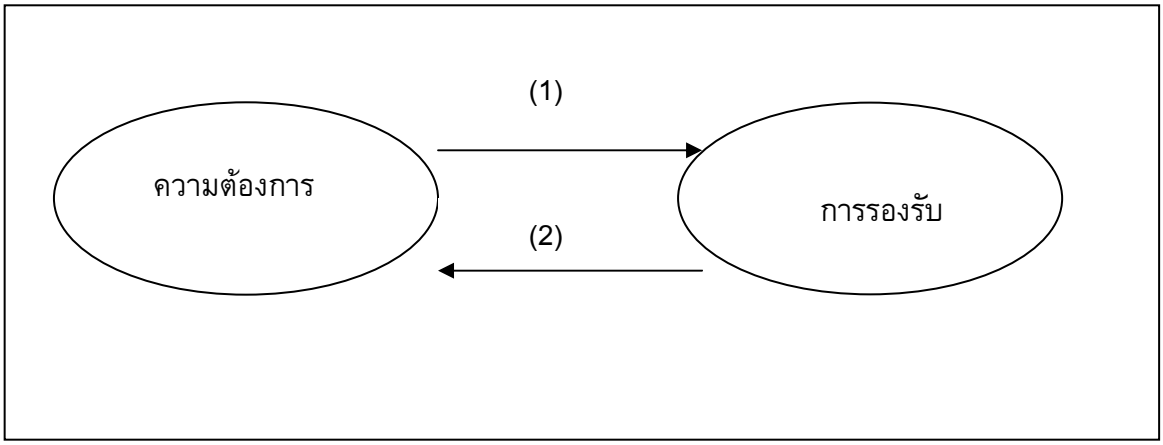
ในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ ต้องมีการลงทุนอันเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ที่มีเป้าหมายทางด้านกำไรในการจัดหาสินค้าและบริการ เพื่อตอบ สนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจแต่ละประเภทต่างก็ลงทุนแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับแต่ละวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายชนิดหรือประเภท มีการสูญเสียเงินทอง มีการได้กำไรขาดทุนเป็นวัฏจักร ทุนจึงถือเป็นปัจจัยการผลิตอย่างหนึ่งของการธุรกิจ (สมยศ นาวีการ. 2530 : 4 - 5)

**การจัดการการท่องเที่ยว**

**ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 444) ได้อธิบายว่าการจัดการ หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ โดยการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การชักนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) มนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544 : 209 - 211) ได้อธิบายว่า วิธีคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของไทยมุ่งหวังที่จะให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับพื้นฐานที่สุด กล่าวคือ จัดหาที่กินอยู่หลับนอนและท่องเที่ยว และพยายามจัดให้มีการรองรับ (Supply) เท่ากับความต้องการ (Demand) ตามภาพประกอบ 6




ภาพประกอบ 6 การจัดการการท่องเที่ยว

ที่มา : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549).* หน้า 209.

อนึ่ง ในการจัดการการท่องเที่ยวนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับที่เป็นเงินตรา ทั้งนี้ควรเป็นไปตามหลักการธุรกิจแห่งการบริการที่มีคุณธรรมควบคู่กันไปด้วย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างแนบแน่น ยั่งยืน และมีลูกค้าอุดหนุนใช้บริการโดยต่อเนื่อง ดังนั้น การบริหารจัดการจำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบสากล (International System) กล่าวคือ เป็นองค์การที่ถาวร มีระบบการบริหารจัดการประจำสำนักงาน (Official Management) มีระบบการบริหารบุคคลทั้งส่วนประจำสำนักงาน และส่วนการตลาด มีบุคลากรทำหน้าที่ฝ่ายขายนอกสำนักงาน (Saleman) มีบุคลากรทำหน้าที่ฝ่ายธุรการ และบริการโดยทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการให้มีการเดินทางท่องเที่ยว และมีผู้นำการท่องเที่ยว ที่เรียกว่า มัคคุเทศก์ (Guides) และนอกจากนั้น บริษัทจำเป็นต้องบริหารจัดการระบบปัจจัยที่เกื้อหนุนที่ก่อให้เกิดการทำงานของการท่องเที่ยว เช่น การเงิน การบัญชี การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ โดยจัดดำเนินการอย่างเป็นระบบของการจัดการทั่วๆ ไป ของบริษัทผู้ประกอบการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดการทำงานของบริษัทว่าอยู่ในความรับผิดชอบการท่องเที่ยว อย่างไร กว้างขวางแค่ไหน ดังที่ชาตรี สงวนรักษ์ (2535 : 112) ได้กล่าวสรุปถึงขนาดของบริษัท ผู้ประกอบการไว้ว่า ขนาดของบริษัทจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความเชื่อมั่นศรัทธาของผู้บริโภคเป็นสำคัญ บริษัทใดมีขอบเขตของการทำงานหนัก ปริมาณงานมาก มีอาณาเขตแห่งการใช้ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) หลากหลายมากมาย ต้นทุนการผลิต

สินค้าสูง มีปริมาณมาก คุณภาพสูง บริการอย่างมืออาชีพ โดยคิดราคาบริการแพงกว่าโดยทั่วๆ ไป เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะประกอบการอย่างเดียวกัน และนอกจากนั้น อาจเกี่ยวข้องกับการขอจดทะเบียนอัตราสูงๆ แล้วจะจัดเป็นองค์การบริษัทขนาดใหญ่ ส่วนองค์การบริษัทที่จัดดำเนินการในลักษณะเดียวกัน แต่มีองค์ประกอบปัจจัยแห่งการบริหารจัดการเชิงปริมาณ และคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง รายได้พอมีกำไรไม่มากมายนัก จะจัดเป็นบริษัทปานกลาง นอกนั้นถ้าการจัดการเชิงปริมาณและคุณภาพต่ำกว่า ทั้งสองแบบบริษัทดังกล่าวถือว่าเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีการบริหารจัดการที่มีทรัพยากรการบริหารทั้งบุคคล และวัสดุสำนักงาน ปัจจัยเกื้อหนุนมีน้อย

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 97-99) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับแนวคิดในการจัดการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

การจัดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ต้องทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีแห่งการบริหารงานทั่วไป และบริหารจัดการเฉพาะทาง โดยคำนึงถึงสภาพอันแท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคม และสภาพแวดล้อม มีการกำหนดแนวทาง มาตรการแผนปฏิบัติการ และกรอบแนวคิดทุกด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรต่างๆ และที่สำคัญคือ มัคคุเทศก์ (Guides) เพราะเป็นหัวใจหลักของการนำการธุรกิจการท่องเที่ยวผู้บริหาร ผู้ประกอบการต้องมีเทคนิคในการคัดสรรมัคคุเทศก์พัฒนาได้ความรู้ปรับปรุงบุคลิกภาพ สร้างความรักและศรัทธา ปลูกฝังเจตคติอันดีงามให้เกิดในตัวของมัคคุเทศก์อย่างแท้จริง ทำอย่างไรให้ได้มัคคุเทศก์ที่เก่ง ที่ดี และมีความรู้ในอาชีพ การนำเที่ยวอย่างแท้จริง จนเป็นพฤติกรรมประจำตัวของมัคคุเทศก์ เปรียบเสมือนแพทย์ที่ดี ผู้พิพากษาที่ดี และครูอาจารย์ที่ดี เป็นต้น

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 99) ได้กล่าวถึง การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวเชิงระบบว่าจะต้องพิจารณาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย โดยถือว่าบุคลากร (Personal) เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักจิตวิทยา ธุรกิจการบริการ เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการให้บริการ นอกจากนั้น ต้องดูแลช่วยเหลือแนะนำตั้งแต่เริ่มต้นรับลูกค้าพาลูกค้าท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโปรแกรม โดยให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด

## 5. ขอบข่ายและความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง การสำรองที่พัก อาหาร การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ (Tour Operator) อาจขายบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว (Travel Agent) ก็ได้

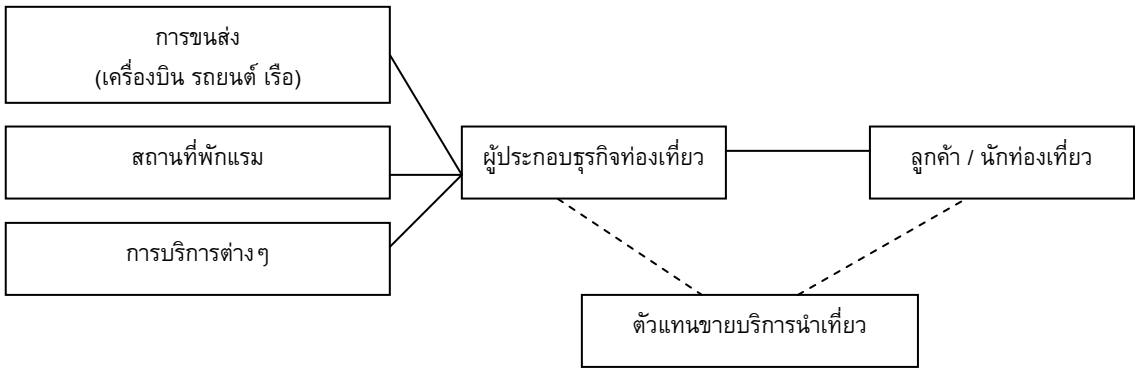
สำหรับในประเทศไทยนั้นการประกอบธุรกิจมีลักษณะการผสมผสานระหว่างผู้ประกอบการกับตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว เรียกตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ว่า “ธุรกิจนำเที่ยว” ซึ่งมีคำจำกัดความตามมาตรา 3 ว่า “การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือ

การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และ/หรือมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว หมายความว่า การประกอบธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนาจร และมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว

**5.1 บทบาทของธุรกิจนำเที่ยว**

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะธุรกิจนำเที่ยว ทำหน้าที่ซื้อบริการขนส่ง จองโรงแรมที่พัก และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาขายในลักษณะเหมาจ่าย ซึ่งการขายบริการแบบเหมาจ่ายนี้ อาจจะขายโดยตรงให้แก่ตัวแทนธุรกิจนำเที่ยวได้ แล้วแต่กรณี ดังแสดงให้เห็นได้ดังภาพประกอบ 7




———— การขายสินค้าหรือบริการ

---------- การจัดการขายเพื่อนายหน้า

ภาพประกอบ 7 ภาพผู้ประกอบธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา : Holloway. (1991 : 119). *The Business of Tourism.*

ธุรกิจนำเที่ยวที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนี้ จัดแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท คือ ธุรกิจนำเที่ยวที่บริการจัดนำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ (Inbound) ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (out bound) และธุรกิจนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) ธุรกิจเหล่านี้บางแห่งดำเนินการจัดนำเที่ยวภายในประเทศและไปต่างประเทศควบคู่กันไป

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจนำเที่ยว ยังมิได้มีการแบ่งประเภทของกิจกรรมให้แน่ชัดลงไปว่าเป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ซึ่งหมายถึงหน่วยธุรกิจที่มีความชำนาญเป็นพิเศษในการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมนำเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยบริการต่างๆ

ที่เกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร การนำเที่ยว ตลอดจนบริการอื่นๆ ที่จำเป็น อาทิ การนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุดและเสนอขายบริการทั้งหมดนี้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจราคาที่คิดเหมารวมไว้เป็นราคาเดียว (Single Price) โปรแกรมนำเที่ยวแบบนี้เรียกว่า โปรแกรมท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

ส่วนตัวแทนขายบริการท่องเที่ยว (Travel Agency) จะทำหน้าที่เสมือนตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มิได้ถือกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว จะทำหน้าที่แทนผู้ผลิตในด้านการจัดจำหน่าย และได้รับผลตอบแทนจากการทำหน้าที่นี้ในรูปของค่านายหน้า (Commission) บางรายจะดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยวด้วย ซึ่งอาจจะให้บริการกับลูกค้าเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มได้แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า ในกรณีนี้จะถือว่าตัวแทนขายบริการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ไปในเวลาเดียวกัน กิจกรรมในฐานะที่เป็นตัวแทนขายบริการการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. การให้ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิ การเดินทางแบบต่างๆ ประเภทของที่พัก ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตากอากาศ ฯลฯ
2. จัดจำหน่ายตั๋วโดยสารของการขนส่งทุกรูปแบบ เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร
3. การจัดสำรองที่พัก จองที่พักทุกประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท
4. จัดจำหน่ายโปรแกรมนำเที่ยวของผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยว
5. จัดวางโปรแกรมการเดินทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
6. ให้บริการเกี่ยวกับการทำหนังสือเดินทางและตรวจตรา
7. จัดจำหน่ายเช็คเดินทาง รับแลกเปลี่ยนเงินตรา
8. ขายประกันภัยการเดินทางแบบต่างๆ
9. จัดจำหน่ายหรือรับจองตั๋วสำหรับการแสดงละคร งานมหกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวซึ่งในอดีต ธุรกิจนำเที่ยวโดยทั่วๆ ไป จะทำหน้าที่สำคัญคือ

9.1 ซื้อบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในนามของตนเอง ในปริมาณที่มากพอ และนำมาแบ่งขายให้แก่ผู้ที่ต้องการจะใช้บริการ

9.2 นำบริการต่างๆ ที่ซื้อมานั้น ขายให้แก่ผู้ที่ต้องการโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปแบบของบริการนั้น

ในปัจจุบัน ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยว ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขึ้นเนื่องมาจากสภาพการแข่งขัน รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ฯลฯ ธุรกิจนำเที่ยวจึงได้ขยายขอบเขตหน้าที่ของตนเองให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวขึ้นทั้งนี้เพื่อจะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น บริการในรูปแบบใหม่นี้ก็คือ เสนอบริการท่องเที่ยวในลักษณะการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย โดยบริการที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยวนั้น รวมค่าพาหนะในการเดินทางค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ต่างๆ ค่าธรรมเนียมสนามบิน ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวจะจ่ายเงินเพียงครั้งเดียวในราคาเหมาและจะไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ อีกจนสิ้นสุดการเดินทาง

**5.2 ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยว**

ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นตามลำดับในกลุ่มของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจาก

1. ธุรกิจในประเทศ ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวไปในที่ต่างๆ ทั้งนี้เพราะธุรกิจนำเที่ยวในประเทศจะได้รับภาระในการจัดการเดินทางท่องเที่ยวให้ทั้งหมด นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนสิ้นสุดการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

2. การเดินทางท่องเที่ยวรวมกันเป็นกลุ่มของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศทำให้เกิดการประหยัดในด้านการใช้จ่าย ทำให้ผู้มีรายได้ปานกลางจนถึงต่ำมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนในการช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มซึ่งแต่เดิมไม่สามารถเดินทางไปเที่ยวที่ไกลๆ ด้วยตนเองได้ ก็จะเริ่มเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านั้นได้

4. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นที่รู้จักและเสนอแนะต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเหล่านี้จะเริ่มทำการบุกเบิกและสำรวจเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ อยู่เสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น อีกทั้งยังเป็นการป้องกันมิให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ เพราะอ้างว่าไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ด้วย

5. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ มีส่วนในการพัฒนาและกระตุ้นการบริการท่องเที่ยวในประเทศได้มาตรฐานที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของที่พัก อาหาร ยานพาหนะ ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการและให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

6. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเป็นสื่อกลางในการทำความเข้าใจ ความเป็นมิตรไมตรีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกภาคภูมิใจ หวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อาศัยของตน ให้ตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมตลอดจนรักษาเอกลักษณ์ของชาติสืบต่อไป

7. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนส่งเสริมให้เกิดการสร้างงานในประเทศได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้จากการวิจัยของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์พบว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย 73 คนจะสามารถสร้างงานทางอ้อมได้ 1 คน เพราะฉะนั้นถ้าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากเท่าไรก็จะยิ่งสร้างงานให้กับประชาชนได้มากเท่านั้น ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ ประชาชนมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นชีวิตความเป็นอยู่ก็ดีขึ้น ถือว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมากทีเดียว

8. นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศยังมีส่วนช่วยเหลือผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประกอบธุรกิจที่พักและอาหาร ในด้านการจัดจำหน่าย กล่าวคือถึงแม้ว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศจะเป็นเพียงตัวแทนการขายบริการท่องเที่ยวจะไม่ได้ร่วมเสี่ยงภัยในการลงทุนกับผู้ประกอบการขนส่งหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่พักก็ตาม แต่ก็มิได้หมายความว่าการดำเนินธุรกิจในลักษณะตัวแทนเช่นนี้จะไม่มีความเสี่ยงภัยในการดำเนินธุรกิจในลักษณะตัวแทนเช่นนี้ไม่มีความเสี่ยงภัยในการดำเนินธุรกิจเดินทางและท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างมากในด้านการจัดจำหน่าย เป็นผู้รับภาระในด้านการลงทุนการจัดทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การจัดสำนักงานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าซึ่งอยู่กระจัดกระจายทั่วไป ซึ่งแต่ละเดือนต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งได้แก่ ค่าเงินเดือน ค่าแรงงาน ค่าเช่าร้าน ค่าใช้จ่ายในการติดต่อ ค่าน้ำ ค่าไฟจำนวนไม่น้อย ซึ่งบางครั้งถ้าปริมาณการขายไม่สูงพอ ค่านายหน้าจากการขายก็อาจไม่พียงพอที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่ธุรกิจต้องแบกภาระไว้ก็ได้

จากความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ มีโอกาสที่จะขยายตัวเติบโตเป็นที่นิยมกว้างขวางยิ่งและสำคัญที่สุดก็คือ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติส่วนหนึ่งด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นธุรกิจที่รวมบริการอำนวยความสะดวกทั้งในด้านของยานพาหนะ ที่พัก อาหาร การนำชมสถานที่และบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อนำมาขายในลักษณะเหมาจ่าย ซึ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบประหยัดช่วยให้เดินทางท่องเที่ยวได้ระยะไกลมากขึ้น การแข่งขันกันของธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากจะขยายขอบเขตของการบริการแล้วยังเป็นการโฆษณาส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ผู้ใช้บริการ ของธุรกิจการท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์นานาประการ ดังนี้

1. ได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นก่อให้เกิดมิตรภาพใหม่ๆ มีสังคมกว้างขวางมากขึ้น
2. ได้รับความสะดวกสบายและความมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง
3. ได้รับบริการความช่วยเหลือ ขจัดปัญหา ข้อข้องใจต่างๆ
4. ได้รับความรู้และข้อมูลที่ถูกต้อง
5. ได้รับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่แน่นอน

**5.3 ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว**

การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว แบ่งประเภทการดำเนินงานตามลักษณะและขอบเขตการบริการได้ดังนี้

1. ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการแบบเหมาจ่าย (Package Tour) โดยรวมค่าบริการในราคาแบบเบ็ดเสร็จ จำกัดแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน แยกได้เป็น 2 แบบ คือ

1.1 บริการเหมาจ่ายที่มีผู้นำเที่ยว (Escorted Tour) มีหัวหน้าทัวร์ (Tour leader) เป็นผู้ดูแลอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาการเดินทาง

1.2 บริการแบบเหมาจ่ายที่ไม่มีผู้นำเที่ยว (Unescorted Package Tour) ที่ธุรกิจท่องเที่ยวรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างๆ แต่จะไม่มีผู้อำนวยความสะดวกในการเดินทาง

2. ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม (Group Inclusive Tour) เป็นการจัดบริการตามความสนใจเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ความสนใจในแง่สถานที่ กิจกรรม เทศกาล เช่น การนำเที่ยวชมปราสาท การนำเที่ยวงานแสดงของช้าง การนำเที่ยวงานตลาดนัดผลไม้ ความสนใจด้านการกีฬา เช่น ดำน้ำ เรือใบ และความสนใจด้านธรรมชาติ เช่น ดูนก เดินป่า ไต่เขา

3. ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการนำเที่ยวเป็นเครื่องล่อใจหรือเป็นรางวัล (Incentive Bonus Tour) เป็นบริการนำเที่ยวที่จัดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจโดยให้เป็นรางวัลแก่พนักงานที่ทำงานดีเด่นหรือขายสินค้าทะลุเป้า

4. ธุรกิจท่องเที่ยวที่เสนอบริการนำเที่ยวสำเร็จรูป มีกำหนดเวลาที่แน่นอน (Collective Tour) เป็นบริการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จที่จัดเป็นการประจำ เช่น การนำเที่ยวฮ่องกง ใช้เวลา 3 วัน ออกทุกวันศุกร์ เป็นต้น

5. ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการขายบัตรโดยสารพาหนะต่างๆ ทั้งทางบก เรือ อากาศ (Specialty Channeler) โดยจัดการเดินทางให้สอดคล้องกับการสำรองที่นั่งและที่พัก

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการท่องเที่ยวจะให้บริการที่ผสมผสาน ครอบคลุมหลายๆ ประเภท จนยากที่จะแยกให้เห็นได้ชัด

สำหรับธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยนั้น อาจแบ่งกลุ่มออกได้ตามลักษณะของบริการดังนี้

1. บริการจัดนำนักท่องเที่ยวคนไทยหรือผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (Domestic)

2. บริการจัดนำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound)

3. บริการจัดนำนักท่องเที่ยวคนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound)

ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการจัดนำเที่ยวให้กับคนไทยที่ต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือภายในประเทศ และ/หรือ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดนำเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ และจัดโปรแกรมนำเที่ยวขายให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมาซื้อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นการที่นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวมากกว่าการจัดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และต่างประเทศด้วยตนเอง จึงทำให้บริษัทนำเที่ยวมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และมีความแตกต่างหลากหลายกันตามขนาด รูปแบบ ประเภท และวิธีการจัดนำเที่ยว

พวงบุหงา ภูมิพานิช (2539 : 14 - 17) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวด้วยเหตุผลหลายประการ ดังต่อไปนี้

1. ประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะบริษัทนำเที่ยวสามารถซื้อบริการจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องในปริมาณมาก ทำให้ได้ราคาถูกกว่าที่นักท่องเที่ยวจะซื้อเองในแต่ละคนเป็นส่วนตัว โดยบริษัทนำเที่ยวนำมาขายให้กับนักท่องเที่ยวในปริมาณมากด้วยราคาเหมาจ่าย มีผลให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถกำหนดงบประมาณที่แน่นอน เพราะจะทราบรายจ่าย ซึ่งเป็นค่าท่องเที่ยวและเงินที่จะนำติดตัวไปใช้ส่วนตัวได้

2. สะดวกสบาย ผู้ที่เดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยวจะได้รับความสะดวกสบายในทุกๆ ด้าน นับตั้งแต่เริ่มออกเดินทาง โดยจะมีผู้โดยบริการในเรื่องของเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการเดินทาง มีผู้คอยดูแลเรื่องกระเป๋าเดินทางให้ เมื่อไปถึงจุดหมายปลายทาง จะมีผู้มาคอยต้อนรับ และนำส่งโรงแรมที่จัดเตรียมไว้ให้ในเวลารับประทานอาหาร ก็จะมีผู้พาไปยังภัตตาคารหรือร้านอาหารที่จองไว้แล้ว พร้อมอาหารเตรียมไว้บริการ รวมถึงการเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในแทบทุกแห่ง ผู้ที่มากับบริษัทนำเที่ยวจะได้รับโอกาสพิเศษในการเข้าเยี่ยมชม โดยไม่ต้องเข้าแถวรอนานอย่างนักท่องเที่ยวที่จัดการเที่ยวด้วยตนเอง เพราะบริษัทนำเที่ยวได้เตรียมติดต่อในเรื่องต่างๆ ไว้ให้ล่วงหน้าแล้ว

3. ปลอดภัย มีความปลอดภัย เพราะการเดินทางเป็นหมู่คณะและก่อให้เกิดความอบอุ่นใจกว่าการเตรียมการเดินทางไปยังสถานที่ที่ตนไม่รู้จักคุ้นเคย ถ้ามีผู้รู้เป็นผู้นำทาง จะทำให้รู้สึกปลอดภัยในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยในการเดินทาง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนความปลอดภัยจากการถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพ

4. มีคนรับผิดชอบ บริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทางตั้งแต่เริ่มต้นจนจบการเดินทางนั้นๆ ระหว่างการเดินทาง บริษัทจะจัดให้มีผู้นำเที่ยวไปกับคณะ เพื่อช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ว่าปัญหาของหมู่คณะ หรือปัญหาส่วนบุคคล โดยให้คำแนะนำ ปรึกษา อันเป็นส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้อย่างมีความสุขและเพลิดเพลิน โดยไม่ต้องกังวลถึงปัญหา หรืออุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทาง

5. มีคนคอยบริการ หัวหน้าทัวร์และผู้ช่วย (ถ้ามี) คนขับรถ หรือแม้กระทั่งมัคคุเทศก์ท้องถิ่น จะคอยให้บริการ ดูแลทุกข์-สุขในขณะเดินทางไปด้วยกัน ช่วยหิ้วกระเป๋า ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการซื้อจอง และคอยบริการเรื่องอาหาร และเครื่องดื่ม

6. ได้เพื่อนใหม่ การเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักกับเพื่อนนักท่องเที่ยวคนอื่น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ก่อให้เกิดมิตรภาพ ทำให้ได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น และอาจจะได้เพื่อนร่วมเที่ยวในการเดินทางครั้งต่อไปด้วย

7. รู้แหล่งซื้อของ ผู้นำเที่ยวจะรู้แหล่งซื้อของและรู้จักสินค้าที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นดีกว่านักท่องเที่ยว เพราะมีประสบการณ์และสามารถจะพาไปซื้อของที่มีคุณภาพในราคาถูกกว่าที่นักท่องเที่ยวจะไปซื้อตามลำพัง

8. ได้รับความรู้ บริษัทนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นจุดเด่นของแต่ละสถานที่มากกว่านักท่องเที่ยว และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปเยี่ยมชมก่อนเดินทาง โดยที่ตัวนักท่องเที่ยวไม่ต้องไปศึกษาค้นคว้าเอง นอกจากนี้ บริษัทนำเที่ยวจะจัดมัคคุเทศก์ไม่ต้องไปศึกษาค้นคว้าเอง นอกจากนี้ บริษัทนำเที่ยวจะจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นบรรยายให้ความรู้

เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นในแง่มุมต่างๆ และหัวหน้าทัวร์ที่มีประสบการณ์ ความรู้ และคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ จะสามารถให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง

9. มีกำหนดการเดินทางที่แน่นอน ทำให้สะดวกต่อการเตรียมตัวในแต่ละวัน รู้เวลา สถานที่ที่จะไป ทำให้สามารถแต่งกายได้ถูกต้องตามโอกาสภูมิอากาศ และสถานที่ ทำให้ทราบว่าการเดินทางจะไปไหนทำอะไร และได้รับอะไรบ้างจากการเดินทาง เพราะถ้าไปเองตามลำพัง บางครั้งจากปัญหาต่างๆ หรือจากการขาดประสบการณ์ อาจทำให้เสียเวลาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถทำตามแผนการที่กำหนดไว้ได้ หรืออาจต้องเปลี่ยนแผนการอันเกิดจากความไม่สะดวกในการเดินทาง

## 6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ก่อนที่จะเกิดการเดินทางท่องเที่ยว มนุษย์เรามักจะมีแรงจูงใจที่จะไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เข้ามากระตุ้น หรือเกิดจากพฤติกรรมความต้องการส่วนตัว หรืออาจเกิดจากทั้งสองประการรวมกัน ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ มักจะมีความหลากหลายทางความคิด และยังไม่มีทฤษฎีใดที่สามารถอธิบายได้อย่างกระจ่างชัดถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว แต่กระนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่าทฤษฎีต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมักจะมีแรงจูงใจด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายๆ ด้านเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

Abraham H. Maslow (อ้างใน ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 36-39) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ว่ามาจากข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยที่มีไม่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะได้ถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุด หรือมากกว่าก่อน และสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

ลำดับความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ขั้นดังนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนอง ชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2. ความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จากการบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว

ความมั่นคงในการเดินทาง และปรารถนาที่จะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัดหรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม

3. ความต้องการได้รับการยอมรับของสังคม ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะ และสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำคัญของตน

4. ความต้องการยกย่องนับถือ ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี มีความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรูหราเป็นที่รู้จัก และได้รับความยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด หรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูงสุด เป็นผู้นำของประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้หรือนึกอยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหามาได้ ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป

นอกจากความต้องการ 5 ขั้นที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากถึง 2 ขั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบ และได้เกิดความเข้าใจ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติ และศิลปะตามรสนิยมของตน

## 7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้สรุปผลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547 : 18-19)

**ปัจจัยภายใน**

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขาสภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้

2. โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็น การลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็ยังเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

3.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทางคือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้า-ออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางท่าน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

3.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลายระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสู่ที่พัก เป็นต้น

3.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

3.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วยังจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพและมีการกำหนดราคาที่แน่นอน

3.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบหน้าที่

4. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญมาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มผู้ชายที่รักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

**ปัจจัยภายนอก**

1. สภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียว กับการเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงเป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัด ทำให้มีผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดรายการได้เพื่อการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ความนิยมใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทาง

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลงรัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ทวีศักดิ์ ทิพยหิงษ์ (2544 : 18 - 19) การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill. 1990 : 22)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการความบันเทิง (Mill. 1990 : 22 - 26)

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจ ดึงดูดใจทั้งสิ้น ที่กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง การจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบการจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวีศักดิ์ ทิพยหิงษ์ (2544 : 9 – 20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลักดัน (Push factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลัก (Push factors) 7 ประการตามแนวคิดของ (mill. 1990 )

1.ร่างกาย (Physical) ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว

2. ความทรงจำ (Escape) หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รถติด

3. ความแปลกใหม่ (Novelty) ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ

4. เกียรติยศ ชื่อเสียง (Esteem/ Prestige) ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

5. ความรู้ ความเข้าใจ (To know and understand /Education vacation) การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม

6. การทำใจ (Coping) ไปทำใจจากเรื่องร้ายๆ

7. การเข้าสังคม (Social - Kinship and New People) ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความ

ต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึง (Pull factors) คือแรงดึงต่างๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมกันทั่วไป

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยจำแนกออกได้ ดังนี้ (วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. 2542 : 8)

1. อายุ เมื่ออายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากหน้าที่ภาระการงานและครอบครัว ต่อเมื่อลูกๆ ได้เติบโตและแยกครอบครัวกันออกไป จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุจึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่ากลุ่มของผู้มีอายุน้อยและกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัยในขณะที่นักท่องเที่ยวที่อายุมากมักจะเลือกท่องเที่ยวในที่ไกลๆ

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อมีรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น

3. เพศ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศชายและเพศหญิงในด้านการท่องเที่ยว

4. การศึกษา เมื่อบุคคลมีระกับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะว่ามีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ทำให้มีโอกาสการประกอบอาชีพที่สร้างรายได้มากขึ้น

## 8. ประวัติข้อมูลบริษัทหนุ่มสาวทัวร์

จากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หารายได้ทำกิจกรรมโดยการจัดนำเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ในเมืองไทย เมื่อปี พ.ศ.2518 ต่อมาในปี พ.ศ.2519 เมื่อต่างจบการศึกษากันไปยังรวมตัวกันอยู่ และได้เข้าร่วมกับบริษัท อามูล์แทรเวิล จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนบรรทัดทอง เปิดแผนกทัวร์ โดยใช้ชื่อทัวร์ว่า “หนุ่มสาวทัวร์”

ในปี พ.ศ.2523 หนุ่มสาวทัวร์จึงแยกตัวออกจากอามูล์แทรเวิล มาอยู่ที่ถนนราชปรารภ ซึ่งเป็นที่ตั้งปัจจุบัน ดำเนินกิจการภายใต้บริษัท สโมธาน จำกัด ในยุคนี้ถือเป็นการก่อกำเนิด หนุ่มสาวทัวร์อย่างเต็มตัว บริษัท“หนุ่มสาวทัวร์”เป็นผู้บุกเบิกเส้นทางท่องเที่ยวที่ต่อมาได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ดอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนั้นยังเป็น

ผู้ริเริ่มนำเกมบันเทิงและเกมแค้มป์ไฟมาสอดแทรกในระหว่างท่องเที่ยวอย่างลงตัว และสร้างชื่อเสียงให้ กับเราเป็นอย่างมาก

ในปี พ.ศ.2527 กระแสชื่อเสียง และสัญลักษณ์ของหนุ่มสาวทัวร์ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทำให้ต้องจดทะเบียนชื่อบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยใช้ถือภาษาอังกฤษว่า N.S. Travel & Tours Co., Ltd. แยกออกจาก สโมธาน การเติบโตของหนุ่มสาวทัวร์ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดบริษัทในเครือหลายบริษัท และบริษัทที่เข้าไปลงทุนร่วมอีกหลายบริษัทเช่นกัน

**เกียรติประวัติ**

- ปี พ.ศ.2533 ได้รับรางวัลบริษัทดีเด่นทางด้านทัวร์ในประเทศ
- ปี พ.ศ.2541 ได้รับเกียรติบัตรจาก คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิทธิของผู้บริโภค ในโครงการปีคุ้มครองผู้บริโภค 2541 - 2542
- ปี พ.ศ.2547 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ครั้งที่ 5 ประจำปี 2547 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประเภทรายการนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศดีเด่น (Thailand Tourism Awards 2004)

ปี พ.ศ.2550 ได้รับรางวัลเกียรติคุณผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ในโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2550 เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา วันที่ 5 ธันวาคม 2550

คุณศุภฤกษ์ ศูรางกูร กรรมการผู้จัดการ เป็นผู้บุกเบิกหนุ่มสาวทัวร์กระทั่งมีความมั่นคงในปัจจุบัน ซึ่งแบ่งบริการออกเป็นแผนกต่างๆ ดังนี้

1. แผนกทัวร์ในประเทศ
2. แผนกทัวร์ต่างประเทศ
3. แผนกกรุ๊ปทัวร์ในประเทศ
4. แผนกกรุ๊ปทัวร์ต่างประเทศ
5. แผนก MICE
6. แผนก F.I.T.
7. แผนกตั๋วเครื่องบิน
8. แผนกทัวร์ Inbound

**สถานที่ตั้ง :** 133/19-20 ถนนราชปรารภ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
**โทรศัพท์ :** 0 2246 5659
**โทรสาร :** 0 2246 5658, 0 2248 8420, 0 2642 5555, 0 22640 0022
**ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว :** เลขที่ 11/00005

## การจัดการท่องเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

### เริ่มต้นจากคนหนุ่มสาว เติบโตเพื่อชนทุกวัย

บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ...

เริ่มต้นด้วยกลุ่มคนหนุ่มคนสาวผู้หลงใหลในมนต์ขลังของธรรมชาติเพียงจำนวนไม่กี่คน มุ่งหวังที่จะใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยทำความรู้จักกับธรรมชาติที่ซ่อนเสน่ห์ ชวนพิศวงแทบทุกตารางนิ้วบนผืนแผ่นดินไทย จากยอดดอยสูงลิบลับทางภาคเหนือ จรดเวิ้งทะเล กว้างไพศาลทางภาคใต้ จากชายฝั่งเลียบอ่าวไทยทางภาคตะวันออก สู่ป่าดงพงพีของทิวและสถานที่นั้น และปรารถนาที่จะให้ผู้รักธรรมชาติทุกท่านได้มีโอกาสชื่นชมหนุ่มสาวทัวร์ จึงเกิดขึ้น แม้จะชื่อ “หนุ่มสาวทัวร์” แต่ก็มิได้จำกัดขีดกลับยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะได้มีโอกาสต้อนรับ และให้บริการในแบบฉบับของคนหนุ่มสาวผู้คล่องแคล่ว จริงใจ เปี่ยมด้วยไมตรีจิตอันอบอุ่น เสมือนท่านเป็นสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด การบริการในแบบฉบับของหนุ่มสาวทัวร์ เป็นที่ยอมรับและชื่นชมจากนักท่องเที่ยวถ้วนหน้า แน่นอน และมิได้หยุดนิ่งอยู่กับคำชื่นชมเพียงแค่นี้ จะเพียรพยายามปรับปรุงพัฒนาบริการทุกด้าน ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดไปอย่างถึงที่สุด

บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2522 โดยคุณศุภฤกษ์ ศูรางกูร ในปัจจุบัน หนุ่มสาวทัวร์ เป็นบริษัททัวร์เพียงไม่กี่แห่งในประเทศไทย ที่มีการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร (One Stop Services) ติดต่อครั้งเดียวได้บริการครบถ้วนและจากการให้บริการอย่างมีคุณภาพมาตรฐานมืออาชีพ ด้วยความมุ่งมั่นและจริงใจ รวมทั้งได้มีการพัฒนารูปแบบของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทำให้หนุ่มสาวทัวร์สามารถดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จและสามารถยืนหยัดอยู่บนถนนสายธุรกิจท่องเที่ยวมาได้เป็นระยะเวลาถึง 26 ปี ด้วยอุดมการณ์การทำงานที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์ ของคนหนุ่มคนสาวที่มีจุดหมายอย่างเดียวกันไม่เคยเปลี่ยนแปลงเราจึงเติบโตแข็งแรงกลายเป็นหนึ่งเดียวจวบจนทุกวันนี้...

บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีการจัดการอย่างเหมาะสมในทุกๆ ด้าน อาทิเช่น จัดอบรมมัคคุเทศก์ ด้านข้อมูลและด้านนันทนาการต่างๆ เพื่อสามารถเป็นผู้นำเที่ยวที่มีคุณภาพและแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ เตรียมความพร้อมในการจัดพาหนะนำเที่ยว จัดดำเนินการด้านอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการอาหารพิเศษ เช่น นักท่องเที่ยวที่รับประทานมังสวิรัติ นักท่องเที่ยวที่รับประทานอาหารเจ นักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิม หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวที่แพ้อาหารบางชนิด (หากแจ้งล่วงหน้าหนุ่มสาวทัวร์จะเร่งดำเนินการโดยรวดเร็ว) นอกจากนั้นหนุ่มสาวทัวร์ยังเป็นผู้บุกเบิกแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ได้ค้นพบขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง และจัดการดำเนินการวางโปรแกรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและแปลกใหม่โดยสอดคล้องกับรายการนำเที่ยวในแต่ละโปรแกรม เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ และได้ความประทับใจในการจัดการและ

การบริการของหนุ่มสาวทัวร์ อีกทั้งยังมีรายการนำเที่ยวต่างๆมากมาย โดยนำมาประกอบไว้เพื่อเป็นตัวอย่าง เพื่อประกอบการวิจัยรายการท่องเที่ยว โปรแกรม 541 หน้า 41 ดังนี้

## Program : P. 541 เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย–เชียงราย–เชียงใหม่–ขันโตกฯ

## 541 เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย–เชียงราย–เชียงใหม่–ดอยตุง–ดอยอินทนนท์–ขันโตกฯ

### วันศุกร์ที่ 28 ธันวาคม 2550 (กรุงเทพฯ–เชียงราย)

19.00 น. – ออกเดินทางจาก ถ.อังรีดูนังต์ โดยรถบัสปรับอากาศ “หนุ่มสาวทัวร์” บริการอาหารว่าง (1) และเครื่องดื่ม

### วันเสาร์ที่ 29 ธันวาคม 2550 (ดอยตุง–เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย)

06.00 น. – รุ่งอรุณที่ จ.เชียงราย นำท่านเข้าสู่ที่พักชั่วคราว ทำธุระส่วนตัวและบริการอาหารเช้า (2) จากนั้นเดินทางสู่ อ.แม่จัน เปลี่ยนการเดินทางเป็นรถตู้ปรับอากาศ นำท่านขึ้นสักการะพระธาตุดอยตุง ชมหอพระราชประวัติฯ สวนแม่ฟ้าหลวง และพระตำหนักดอยตุง

12.00 น. – บริการอาหารกลางวัน (3) จากนั้นเปลี่ยนเป็นรถบัส เดินทางสู่ อ.เชียงแสน นำท่านลงเรือ ล่องแม่น้ำโขง

13.30 น. – นำท่านสู่ วัดร่องขุ่น ชมสถาปัตยกรรมที่สวยงาม

18.00 น. – นำท่านเข้าสู่ที่พัก เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย จ.เชียงราย

19.00 น. – บริการอาหารค่ำ (4) เชิญท่านพักผ่อนตามอัธยาศัย

### วันอาทิตย์ที่ 30 ธันวาคม 2550 (สวนพฤกษศาสตร์ฯ–เชียงใหม่)

07.00 น. – บริการอาหารเช้า (5) ก่อนอำลา เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย เดินทางสู่ จ.เชียงใหม่ แวะชมบ่อน้ำร้อนแม่ขะจาน

11.30 น. – นำท่านสู่ ฟาร์มกล้วยไม้ ชมกล้วยไม้นานาพันธุ์หลากสีสันสวยงาม และบริการอาหารกลางวัน (6)

13.00 น. – ออกเดินทางสู่ สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ชมความงามของพรรณไม้นานาชนิด โดมป่าดิบชื้น เรือนบัว ไม้ทะเลทราย

16.00 น. – นำท่านสู่ พระตำหนักดาราภิรมย์ อดีตที่ประทับของเจ้าดารารัศมี ก่อนเข้าสู่ที่พัก โรงแรม จ.เชียงใหม่

19.00 น. – บริการอาหารค่ำ (7) ขันโตกดินเนอร์ ก่อนนำชมตลาด

## วันจันทร์ที่ 31 ธันวาคม 2550 (ดอยอินทนนท์–ช้อปปิ้ง)

07.00 น. – บริการอาหารเช้า (8) แล้วเดินทางสู่ อ.จอมทอง
เปลี่ยนการเดินทางเป็นรถเล็กท้องถิ่นขึ้นสู่ยอด ดอยอินทนนท์ ชมป่าดึกดำบรรพ์ สักการะ พระธาตุนภเมทนีดล และ พระธาตุนภพลภูมิสิริ
12.00 น. – บริการอาหารกลางวัน (9) แบบปิกนิก จากนั้นนำท่านชมไม้ดอก ไม้ผลเมืองหนาวที่โครงการเกษตรหลวงดอยขุนกลาง ได้เวลากลับสู่ตัวเมืองเชียงใหม่
16.00 น. – แวะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักที่ บ้านถวาย และเดินทางสู่หมู่บ้านหัตถกรรม บ่อสร้าง ชมการผลิตสินค้า OTOP และซื้อของที่ระลึก
18.00 น. – บริการอาหารค่ำ (10) เลือกซื้อของฝากที่ ไนท์บาซาร์

## วันอังคารที่ 1 มกราคม 2551 (เชียงใหม่–กรุงเทพฯ)

05.30 น. – เดินทางกลับถึง กรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ

อัตราค่าบริการ
ผู้ใหญ่ 10,500 บาท
เด็ก 3 – 10 ปี (ไม่มีเตียง) 9,300 บาท
พักเดี่ยว เพิ่ม 2,500 บาท
(ค่าบริการนี้ยังไม่รวมค่ากาล่าดินเนอร์ ช่วงเทศกาล)

ชาวต่างชาติ ต้องชำระค่าธรรมเนียมอื่นๆ ที่เพิ่มเติมจากคนไทย และค่าธรรมเนียมอุทยานฯ ที่ละ 400 บาท

อัตรานี้รวม - รถตู้,รถบัสปรับอากาศ,เรือ,พาหนะท้องถิ่น
- เครื่องดื่มและอาหาร 10 มื้อ (ที่ระบุในรายการ)
- ที่พัก เดอะเลอเจ้นท์ เชียงราย 1 คืน (ห้องละ 2–3 ท่าน) รร. จ.เชียงใหม่ 1 คืน (ห้องละ 2–3 ท่าน)
- ค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง
- ค่าประกันอุบัติเหตุเดินทางวงเงิน 1,000,000 บาท

หมายเหตุ:-โปรแกรมทัวร์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้โดยคำนึงถึงประโยชน์และความปลอดภัยของท่านเป็นสำคัญ

## 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 9.1 งานวิจัยต่างประเทศ

อเดย์ และแอนเดอร์ เซน (สมจิตร กาหาวงศ์. 2541 : 48 - 49; อ้างอิงมาจาก Aday and Anderson. 1978) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 1,240 คน โดยทำการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่อำนวยความสะดวก สภาพภูมิอากาศและการจัดการโดยทั่วไป ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการจัดการทั่วไปและด้านภูมิสถาปัตย์ ส่วนด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจรองลงมา สำหรับด้านบริการบางรายการ เช่น การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องไม้เครื่องมือในการประกอบกิจกรรมนันทนาการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ

อีไล (Ealine. 1984 : 30 - 40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ค ประเทศสหรัฐอเมริกาทำการศึกษาโดยการสำรวจประชาชน ที่มาท่องเที่ยวจำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการการนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ ผลการศึกษาพบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านสภาพพื้นที่และนันทนาการ รองลงมาข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา

แมคอินทอช; และเกลด์เนอร์ (Mcintosh; & Goeldner. 1986 : 124 - 125) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวกับประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการท่องเที่ยวคืออะไร ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวมีความหมายให้ทั่ว ทั้งด้านของการเป็นศาสตร์ เป็นศิลปะ และเป็นธุรกิจในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านที่พักและความสะดวกสบายต่างๆ เป็นต้น ตัวกระตุ้น (Motivation) ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ 1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical motivator) เป็นตัวกระตุ้นเพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักฟื้นร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการรักษาสุขภาพ 2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางค์ ศิลปะ นาฏศิลป์ 3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivations) เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้า หรือคนที่มีความคิดใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานจำเจ 4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศและชื่อเสียงเป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในต่างประเทศ การประชุม การศึกษา ฯลฯ

เซบาลอส ลาสคูเรน (Celballos Lascurain. 1998 : 111 - 112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวรอคซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศ

ออสเตรเลีย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการบริเวณอ่าวรอคซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย จำนวน 240 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอัตราส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบการ คือ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การได้รับการอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อมระดับการศึกษาและการให้คุณค่าต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ยูน, เซมอค (Yoon, Semok. 2000) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (A Study of Pleasure Trip Planning Behavior with Implications for Improved Tourism Promotion) ผลการศึกษาพบว่า การใช้การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของนักการตลาด มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวมิชิแกน จำนวนร้อยละ 68 มีการตัดสินใจและวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวล่วงหน้า 1 เดือน และช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการตลาด คือ ช่วงต้นเดือน ซึ่งจะได้ผลดีกว่าช่วงปลายเดือน

กระทรวงการท่องเที่ยว สาธารณรัฐมัลดีฟส์ (Ministry of Tourism, Republic of Maldives. 2004 : online) ได้ศึกษาโดยทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวประจำปี 2004 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทางเดินท่องเที่ยวที่มัลดีฟส์ และศึกษาแบบแผนการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ซึ่งผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเลือก มัลดีฟส์เป็นจุดหมายปลายทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวทางทะเลเป็นหลัก ทั้งนี้ร้อยละ 30 ของกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์นี้เป็นกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการฮันนีมูน นอกเหนือจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล สปาและกิจกรรมเพื่อสุขภาพเป็นปัจจัยที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปี 1999 ส่วนผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของนักธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า การให้บริการของสนามบินอยู่ในระดับดี มีความพึงพอใจ ในระดับมากต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในเมือง Male เป็นเมืองหลวงของมัลดีฟส์ และมีความเห็นว่า บริการที่ได้รับมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป โดยร้อยละ 95 จะแนะนำให้คนรู้จักทางมาเที่ยวมัลดีฟส์

เจดริซแซ็ค และคณะ (Jedrzejczak, et.al. 2004 : online) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาหาดทรายอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดแถบทะเลบอลติกและทะเลไธเรเนียน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ความหลากหลายทางชีวภาพของหาดทรายเดียวที่มองเห็นได้ชัดเจนคือ สิ่งมีชีวิตและสภาพภูมิศาสตร์ มีความหลากหลาย แต่มีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อยที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว ส่วนนักท่องเที่ยว ร้อยละ 80 ไม่สนใจเรื่องดังกล่าว ส่วนนักท่องเที่ยวร้อยละ 90 ที่เลือกพักอยู่ในระยะที่ไม่เกิน 20 เมตร จากลานจอดรถให้ความสำคัญกับความปลอดภัย โดยไม่ได้สนใจสภาพแวดล้อม

ทางกายภาพของหาดทรายมากนัก ผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่สนใจความยั่งยืนของชายหาดมากนัก และไม่ได้ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางชีวภาพแต่อย่างใด หากต้องการเพียงแค่ได้สัมผัสกับหาดทรายยาว มีนกและเกลียวคลื่น โดยไม่ถูกรบกวนจากผู้ใดเท่านั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ใส่ใจหรือเห็นความสำคัญของการร่วมพัฒนาชายหาดให้มีความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อความยั่งยืนของชายหาดในระยะยาว

**10.2 งานวิจัยในประเทศ**

สันติ สุขเย็น (2546 : 80 - 82) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกร อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีมารับบริการขององค์การอุทยานแห่งชาติหาดวนกร ในด้านต่าง ๆ และกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่จัดไว้บริการทำการสำรวจความรู้สึกโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 280 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าบริการของเจ้าหน้าที่ เครื่องอำนวยความสะดวก อาคารสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง และการดูแลรักษาความสะอาดอยู่ในระดับน้อย สำหรับกิจกรรมนันทนาการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในส่วนรวม และเมื่อลำดับความชอบกิจกรรม 5 อันดับพบดังนี้ อันดับหนึ่ง กีฬาชายหาด อันดับสอง เล่นน้ำชายฝั่ง อันดับสาม ดำน้ำดูสัตว์ทะเลใต้น้ำ เช่น ปะการัง กะละปังหา ดอกไม้ทะเล และปลาสวยงาม อันดับสี่ กิจกรรมแคมป์ (camping) อันดับห้า สำรวจป่าชายทะเล

เสริมสกุล เสร็จกิจ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยทำการสำรวจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะภูเก็ต 5 แห่ง คือ หาดป่าตอง หาดสุรินทร์ แหลมพรหมเทพ วัดฉลอง และอ่างฉลอง ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมและแยกตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาปัจจัยอิทธิพลองค์ประกอบของการท่องเที่ยว พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการบริการ แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านสินค้าของที่ระลึก

ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไทย ที่มา

ท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 46 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 15,000 บาท ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้น บริเวณชายหาด และการสาธารณูปโภค และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นเกี่ยวกับการจัดบริการ เพื่อการท่องเที่ยว ส่วนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพธรรมชาติโดยทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีอาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05

ประภัสสร ศรีภักดี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ การบริการและกิจกรรมนันทนาการ ของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการและร่วมกิจกรรมนันทนาการ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยว ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการ โดยรวมแตกต่างกัน ด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านบุคลากรและด้านการจัดกิจกรรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ไพบูลย์ คุ้มคำ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ใน

จังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านอื่นๆ ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3.นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของมัคคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

มานะ มหัคฆพงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ การจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรี จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งจังหวัด ปราจีนบุรีในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรี ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจและดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

## การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

**การกำหนดประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีจำนวน 9,850 คน (ข้อมูลสถิติฝ่ายทรัพยากรบุคคลของ บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด วันที่ 17 ธันวาคม 2549)

**การเลือกกลุ่มตัวอย่าง**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการใช้ตารางเทียบขนาดตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 607 - 610) ได้จำนวน 370 คน
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพข้อมูลทั่วไป โดยมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) โดยถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

**เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย**

**เกณฑ์การให้คะแนน**

โดยใช้แบบวัดที่มีการประเมินค่า (Rating scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และมีเกณฑ์การให้คะแนน (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538:9) ดังนี้

| ระดับความพึงพอใจ | การให้คะแนน |
|---|---|
| มากที่สุด | 5 |
| มาก | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| น้อย | 2 |
| น้อยที่สุด | 1 |

**การแปลความหมาย**

การแปลความหมายของคะแนนเพื่อจัดระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538:9) ดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|
| 3.67 - 5.00 | หมายถึงมาก |
| 2.34 - 3.66 | หมายถึงปานกลาง |
| 1.00 - 2.33 | หมายถึงน้อย |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่ปรากฏในตอนที่ 2

**ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจการท่องเที่ยวการจัดการการท่องเที่ยว

2. ขอคำปรึกษากับคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อคิดมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3. นำความรู้จากการศึกษาในข้อ 1 ข้อ 2 มาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว ได้คำถามจำนวน 43 ข้อ

4. หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยดำเนินการดังนี้

4.1 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสร็จแล้ว ไปให้คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ตรวจสอบแก้ไข เพื่อปรับปรุงอีกครั้ง

4.2 นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตามที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งพิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) และพิจารณาเป็นรายข้อว่า แต่ละข้อคำถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ โดยพิจารณาจากเกณฑ์น้ำหนักคะแนนของ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540 : 124)

คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

คะแนน - 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

นำผลการพิจารณาความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านในแต่ละข้อนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ และเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่า 0.5 หรือมากกว่าไป ได้แบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 33 ข้อ

4.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านขั้นตอนในข้อ 4.2 เสนอต่อประธานและกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์อีกครั้ง

4.4 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำนวน 50 คน

5. นำผลข้อมูลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตอนที่ 2 โดยใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2543 : 218) ได้แบบสอบถาม จำนวน 33 ข้อ ซึ่งในการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยยื่นคำร้องต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ และนำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย ขอความอนุเคราะห์ต่อกรรมการผู้จัดการบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามไป 400 ชุด

3. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเดือนตุลาคม 2550 – พฤศจิกายน 2550

4. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

## การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม แล้วคัดเลือกฉบับสมบูรณ์ไว้ จำนวน 370 ชุด

2. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แล้วนำเสนอข้อมูลรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แล้วหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งที่เป็นรายข้อ รายด้าน และรวบทุกด้านแล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

4. วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 โดยใช้ทดสอบค่าที (t-test) และข้อ 2 ข้อ 3 ข้อ 4 ข้อ 5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวหรือทดสอบค่าเอฟ (F - test) (One - way analysis of variance) ในกรณีผลการทดสอบระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบว่ามีความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้สถิติวิธีของ แอล เอส ดี (LSD : Least Significant Different's Method) แล้วนำเสนอข้อมูล รูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. นำแบบสอบถามในตอนที่ 3 คือ ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) มาแจกแจงความถี่ที่ซ้ำๆ หรือใกล้เคียงกันมาจัดหมวดหมู่ แล้วลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากจำนวนความถี่ แล้วนำมาสรุปในรูปแบบความเรียง

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ คือ หาค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยการทดสอบค่าที (t-test for independent samples) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปโดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Signeficant Difference)

# บทที่ 4
## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| n | แทน | จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง |
| $\overline{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย (Mean) |
| S.D. | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) |
| t | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t – distribution) |
| F | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (F – distribution) |
| df | แทน | ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of freedom) |
| SS | แทน | ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองแต่ละตัว (Sum of Square) |
| MS | แทน | ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองแต่ละตัว (Mean of Square) |
| p | แทน | ความน่าจะเป็น (Probability) |
| * | แทน | ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 |

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้าน

บุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมและแต่ละด้าน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 4 รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวไทย ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

| ข้อมูลทั่วไป | n (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 185 | 50.00 |
| หญิง | 185 | 50.00 |
| รวม | 370 | 100.00 |
| 2. อายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 11.10 |
| 25 – 34 ปี | 124 | 33.50 |
| 35 – 44 ปี | 137 | 37.00 |
| สูงกว่า 44 ปี | 68 | 18.40 |
| รวม | 370 | 100.00 |
| 3. ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 13.20 |
| ปริญญาตรี | 245 | 66.20 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 20.60 |
| รวม | 370 | 100.00 |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | n (คน) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 4. อาชีพ | | |
| นักเรียน / นักศึกษา | 13 | 3.50 |
| ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ | 74 | 20.00 |
| พนักงานบริษัท / รับจ้าง | 180 | 48.60 |
| ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 27.90 |
| รวม | 370 | 100.00 |
| 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 7.80 |
| 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 31.70 |
| สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป | 224 | 60.50 |
| รวม | 370 | 100.00 |

จากตาราง 1 แสดงว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 370 คน เป็นชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นหญิง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ส่วนใหญ่มีอายุ 35 – 44 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ อายุ 25 – 34 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และอายุสูงกว่า 44 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 66.20 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 224 คน คิดร้อยละ 60.50 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังปรากฏผลในตาราง 2 - 6

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | 3.70 | 0.24 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.68 | 0.28 | มาก |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | 3.75 | 0.30 | มาก |
| รวม | 3.68 | 0.21 | มาก |

จากตาราง 2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

| ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ | 3.78 | 0.46 | มาก |
| 2. จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ | 3.54 | 0.50 | ปานกลาง |
| 3. จุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี | 3.55 | 0.50 | ปานกลาง |
| **รวม** | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |

จากตาราง 3 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

| ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| <u>มัคคุเทศก์</u> | | | |
| 1. มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ | 3.69 | 0.46 | มาก |
| 2. แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย | 3.77 | 0.45 | มาก |
| 3. หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส | 3.76 | 0.49 | มาก |
| 4. มีความรู้ความสามารถในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว | 3.72 | 0.46 | มาก |
| 5. นำกิจกรรมบนรถได้อย่างสร้างสรรค์ | 3.60 | 0.51 | ปานกลาง |
| 6. พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม | 3.70 | 0.38 | มาก |
| 7. เต็มใจให้บริการ | 3.80 | 0.41 | มาก |
| 8. บริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว | 3.70 | 0.55 | มาก |
| 9. บริการเครื่องดื่มบนรถ | 3.80 | 0.40 | มาก |
| <u>พนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท</u> | | | |
| 1. พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม | 3.47 | 0.53 | ปานกลาง |
| 2. ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวถูกต้อง น่าสนใจ | 3.67 | 0.50 | มาก |
| 3. บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง | 3.69 | 0.55 | มาก |
| <u>พนักงานขับรถ</u> | | | |
| 1. แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | 3.78 | 0.43 | มาก |
| 2. พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม | 3.71 | 0.47 | มาก |
| 3. มีมารยาทในการขับรถ ระมัดระวัง ไม่ประมาท | 3.73 | 0.46 | มาก |
| รวม | 3.70 | 0.24 | มาก |

จากตาราง 4 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลากรที่ทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นนำกิจกรรมบนรถได้อย่างสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60) ส่วนพนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นพูดจาสุภาพอ่อนน้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.47) แต่พนักงานขับรถ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

| ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| <u>ยานพาหนะ</u> | | | |
| 1. ที่นั่งมีความสะดวกสบาย | 3.42 | 0.56 | ปานกลาง |
| 2. เครื่องปรับอากาศเย็นสบาย | 3.68 | 0.52 | มาก |
| 3. ห้องสุขภัณฑ์ถูกสุขลักษณะ | 3.70 | 0.57 | มาก |
| <u>สถานที่พัก</u> | | | |
| 1. ความปลอดภัย สะดวกสบาย | 3.88 | 0.34 | มาก |
| 2. ทำเลที่ตั้งดี เหมาะสม สวยงาม | 3.74 | 0.45 | มาก |
| 3. สิ่งอำนวยความสะดวก | 3.75 | 0.46 | มาก |
| <u>อาหาร</u> | | | |
| 1. รสชาติอร่อย | 3.61 | 0.53 | ปานกลาง |
| 2. ความสะอาด | 3.73 | 0.47 | มาก |
| 3. ปริมาณอาหารเพียงพอ | 3.68 | 0.52 | มาก |
| 4. จัดรายการอาหารดีและเหมาะสม | 3.69 | 0.52 | มาก |
| รวม | 3.68 | 0.28 | มาก |

จากตาราง 5 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ยานพาหนะ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นที่นั่งมีความสะดวกสบายอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.42) ส่วนสถานที่พัก ทุกข้ออยู่ในระดับมาก และอาหาร ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นรสชาติอร่อย อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ด้านการจัดการท่องเที่ยว

| ด้านการจัดการท่องเที่ยว | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| 1. โปรแกรมการเดินทางมีความชัดเจน | 3.83 | 0.41 | มาก |
| 2. ควบคุมเวลาการเดินทางได้อย่างเหมาะสม | 3.70 | 0.48 | มาก |
| 3. โปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย | 3.72 | 0.49 | มาก |
| 4. การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายระหว่างการเดินทาง | 3.60 | 0.50 | ปานกลาง |
| 5. ราคามีความเหมาะสม | 3.63 | 0.60 | ปานกลาง |
| รวม | 3.75 | 0.30 | มาก |

จากตาราง 6 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายระหว่างการเดินทาง และราคามีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60, 3.63)

**ตอนที่ 3** เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมและ รายด้านทุกด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกัน ดังปรากฏผลในตาราง 7 - 8

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจของ | ชาย (n=185) | | | หญิง (n=185) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| นักท่องเที่ยวไทย | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับ | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับ |
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | 3.68 | 0.33 | มาก | 3.55 | 0.39 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | 3.73 | 0.18 | มาก | 3.67 | 0.29 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.72 | 0.20 | มาก | 3.51 | 0.31 | ปานกลาง |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | 3.68 | 0.28 | มาก | 3.75 | 0.31 | มาก |
| รวม | 3.70 | 0.17 | มาก | 3.70 | 0.22 | มาก |

จากตาราง 7 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ชาย มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 3.55, 3.51)

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | เพศ | | | | | | t | p |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ชาย (n=185) | | | หญิง (n=185) | | | | |
| | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับ | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับ | | |
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | 3.68 | 0.33 | มาก | 3.55 | 0.39 | ปานกลาง | 11.63* | 0.00 |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | 3.73 | 0.18 | มาก | 3.67 | 0.29 | มาก | 17.42* | 0.00 |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | 3.72 | 0.20 | มาก | 3.51 | 0.31 | ปานกลาง | 29.32* | 0.00 |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | 3.68 | 0.28 | มาก | 3.75 | 0.31 | มาก | 0.02 | 0.88 |
| รวม | 3.70 | 0.17 | มาก | 3.70 | 0.22 | มาก | 4.40* | 0.03 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ชาย มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 3.55, 3.51)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความพึงพอใจซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ข้อ 1 โดยชายมีความพึงพอใจมากกว่าหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน ดังปรากฏผลในตาราง 9-11

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | อายุ | n | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 3.68 | 0.42 | มาก |
| | 25 – 34 ปี | 124 | 3.66 | 0.32 | ปานกลาง |
| | 35 – 44 ปี | 137 | 3.56 | 0.37 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 44 ปี | 68 | 3.61 | 0.39 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 3.79 | 0.25 | มาก |
| | 25 – 34 ปี | 124 | 3.76 | 0.17 | มาก |
| | 35 – 44 ปี | 137 | 3.64 | 0.26 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 44 ปี | 68 | 3.67 | 0.26 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.70 | 0.24 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 3.72 | 0.29 | มาก |
| | 25 – 34 ปี | 124 | 3.68 | 0.27 | มาก |
| | 35 – 44 ปี | 137 | 3.62 | 0.27 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 44 ปี | 68 | 3.67 | 0.30 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.67 | 0.28 | มาก |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 3.74 | 0.33 | มาก |
| | 25 – 34 ปี | 124 | 3.70 | 0.28 | มาก |
| | 35 – 44 ปี | 137 | 3.62 | 0.29 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 44 ปี | 68 | 3.68 | 0.31 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.68 | 0.30 | มาก |
| รวม | ต่ำกว่า 25 ปี | 41 | 3.72 | 0.25 | มาก |
| | 25 – 34 ปี | 124 | 3.70 | 0.17 | มาก |
| | 35 – 44 ปี | 137 | 3.62 | 0.21 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 44 ปี | 68 | 3.72 | 0.24 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.69 | 0.21 | มาก |

จากตาราง 9 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.66)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำไปวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ดังปรากฏตามตาราง 10

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.82 | 0.27 | 2.02 | 0.11 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 49.91 | 0.13 | | |
| | รวม | 369 | 50.74 | | | |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 1.37 | 0.45 | 8.10* | 0.00 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 20.66 | 0.05 | | |
| | รวม | 369 | 25.19 | | | |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.14 | 0.04 | 0.56 | 0.61 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 29.56 | 0.08 | | |
| | รวม | 369 | 29.71 | | | |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.48 | 0.16 | 1.73 | 0.15 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 33.82 | 0.09 | | |
| | รวม | 369 | 34.30 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.48 | 0.16 | 3.61* | 0.01 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 16.42 | 0.04 | | |
| | รวม | 369 | 16.91 | | | |

จากตาราง 10 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 2 ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างของความเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตาราง 11 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย ดังปรากฏตามตาราง 11

ตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำแนกตามอายุ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | อายุ | $\overline{X}$ | ต่ำกว่า25ปี | 25-34 ปี | 35-44 ปี | สูงกว่า44ปี |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 3.79 | 3.76 | 3.64 | 3.67 |
| 1.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ต่ำกว่า 25 ปี | 3.79 | - | .387 | .000* | .017* |
| | 25 – 34 ปี | 3.76 | | - | .387 | .000* |
| | 35 – 44 ปี | 3.64 | | | - | .017* |
| | สูงกว่า 44 ปี | 3.67 | | | | - |
| | | $\overline{X}$ | 3.72 | 3.67 | 3.61 | 3.62 |
| 2. รวม | ต่ำกว่า 25 ปี | 3.72 | - | .194 | .004* | .024* |
| | 25 – 34 ปี | 3.67 | | - | .027* | .158 |
| | 35 – 44 ปี | 3.61 | | | - | .677 |
| | สูงกว่า 44 ปี | 3.62 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี และที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 35 – 44 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยรวม นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี และที่มีอายุ สูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ( $\overline{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | ระดับการศึกษา | n | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 3.66 | 0.40 | ปานกลาง |
| | ปริญญาตรี | 245 | 3.60 | 0.35 | ปานกลาง |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 3.64 | 0.39 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 3.75 | 0.27 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 245 | 3.68 | 0.24 | มาก |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 3.72 | 0.23 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.70 | 0.24 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 3.64 | 0.32 | ปานกลาง |
| | ปริญญาตรี | 245 | 3.67 | 0.26 | มาก |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 3.70 | 0.30 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.67 | 0.28 | มาก |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 3.70 | 0.31 | มาก |
| | ปริญญาตรี | 245 | 3.69 | 0.28 | มาก |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 3.65 | 0.34 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.68 | 0.30 | มาก |
| รวม | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 3.64 | 0.24 | ปานกลาง |
| | ปริญญาตรี | 245 | 3.71 | 0.19 | มาก |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 76 | 3.68 | 0.24 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.67 | 0.21 | มาก |

จากตาราง 12 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75, 3.70)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.64, 3.65)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำไปวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ดังปรากฏตามตาราง 13

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.25 | 0.12 | 0.93 | 0.39 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 50.48 | 0.13 | | |
| | รวม | 369 | 50.74 | | | |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.22 | 0.11 | 1.85 | 0.15 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 21.81 | 0.06 | | |
| | รวม | 369 | 22.03 | | | |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.07 | 0.03 | 0.43 | 0.65 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 29.64 | 0.08 | | |
| | รวม | 369 | 29.71 | | | |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.14 | 0.07 | 0.75 | 0.46 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 34.16 | 0.09 | | |
| | รวม | 369 | 34.30 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.03 | 0.01 | 0.36 | 0.69 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 16.87 | 0.04 | | |
| | รวม | 369 | 16.91 | | | |

จากตาราง 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 3 ที่ว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกัน

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | อาชีพ | n | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 3.56 | 0.61 | ปานกลาง |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 74 | 3.63 | 0.36 | ปานกลาง |
| | พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 180 | 3.63 | 0.34 | ปานกลาง |
| | ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 3.58 | 0.37 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 3.88 | 0.36 | มาก |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 74 | 3.71 | 0.23 | มาก |
| | พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 180 | 3.68 | 0.22 | มาก |
| | ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 3.70 | 0.25 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.70 | 0.24 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 3.71 | 0.38 | มาก |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 74 | 3.67 | 0.30 | มาก |
| | พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 180 | 3.69 | 0.28 | มาก |
| | ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 3.68 | 0.24 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.68 | 0.28 | มาก |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 3.73 | 0.44 | มาก |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 74 | 3.68 | 0.29 | มาก |
| | พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 180 | 3.67 | 0.30 | มาก |
| | ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 3.67 | 0.29 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.68 | 0.30 | มาก |
| รวม | นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 3.70 | 0.39 | มาก |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 74 | 3.73 | 0.20 | มาก |
| | พนักงานบริษัท/รับจ้าง | 180 | 3.68 | 0.20 | มาก |
| | ประกอบอาชีพส่วนตัว | 103 | 3.67 | 0.19 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.69 | 0.21 | มาก |

จากตาราง 14 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.56)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นพนักงานบริษัท / รับจ้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่ประกอบอาชีพส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.58)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำไปวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ดังปรากฏตามตาราง 15

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.19 | 0.06 | 0.47 | 0.69 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 50.54 | 0.13 | | |
| | รวม | 369 | 50.74 | | | |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.46 | 0.15 | 2.62 | 0.50 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 21.57 | 0.05 | | |
| | รวม | 369 | 22.03 | | | |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.33 | 0.11 | 1.39 | 0.24 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 29.37 | 0.08 | | |
| | รวม | 369 | 29.71 | | | |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.49 | 0.16 | 1.78 | 0.15 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 33.80 | 0.09 | | |
| | รวม | 369 | 34.30 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.16 | 0.05 | 1.21 | 0.30 |
| | ภายในกลุ่ม | 366 | 16.74 | 0.04 | | |
| | รวม | 369 | 16.91 | | | |

จากตาราง 15 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 4 ที่ว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกัน

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | n | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 3.63 | 0.36 | ปานกลาง |
| | 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 3.63 | 0.36 | ปานกลาง |
| | สูงกว่า 20,000 บาท | 224 | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.61 | 0.37 | ปานกลาง |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 3.79 | 0.16 | มาก |
| | 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 3.71 | 0.25 | มาก |
| | สูงกว่า 20,000 บาท | 224 | 3.68 | 0.24 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.70 | 0.24 | มาก |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 3.71 | 0.31 | มาก |
| | 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 3.69 | 0.29 | มาก |
| | สูงกว่า 20,000 บาท | 224 | 3.62 | 0.27 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.67 | 0.28 | มาก |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 3.69 | 0.28 | มาก |
| | 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 3.69 | 0.30 | มาก |
| | สูงกว่า 20,000 บาท | 224 | 3.67 | 0.30 | มาก |
| รวม | | 370 | 3.68 | 0.30 | มาก |
| รวม | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 29 | 3.70 | 0.19 | มาก |
| | 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 3.68 | 0.22 | มาก |
| | สูงกว่า 20,000 บาท | 224 | 3.63 | 0.21 | ปานกลาง |
| รวม | | 370 | 3.67 | 0.21 | มาก |

จากตาราง 16 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68, 3.67)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำไปวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ดังปรากฏตามตาราง 17

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | p |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.03 | 0.01 | 0.13 | 0.87 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 50.70 | 0.13 | | |
| | รวม | 369 | 50.74 | | | |
| 2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.32 | 0.16 | 2.76 | 0.06 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 21.71 | 0.05 | | |
| | รวม | 369 | 22.03 | | | |
| 3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.06 | 0.03 | 0.42 | 0.65 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 29.64 | 0.08 | | |
| | รวม | 369 | 29.71 | | | |
| 4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.17 | 0.08 | 0.96 | 0.38 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 34.12 | 0.09 | | |
| | รวม | 369 | 34.30 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.05 | 0.02 | 0.59 | 0.55 |
| | ภายในกลุ่ม | 367 | 16.85 | 0.04 | | |
| | รวม | 369 | 16.91 | | | |

จากตาราง 17 แสดงว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 5 ที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

**ตอนที่ 4** รวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ดังนี้

**ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม สะอาด สวยโดยธรรมชาติทำให้น่าท่องเที่ยว และยังอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ

อยากให้หามุมมองใหม่ ที่สวยงามจากมุมเดิมๆ จะได้มีความแตกต่างจากของเก่า

**ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า มัคคุเทศก์ให้ความรู้ ความสนุก ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการดีเป็นกันเอง และให้ความปลอดภัยแก่ลูกค้า ส่วนพนักงานรับโทรศัพท์ควรปรับปรุงให้ดีกว่านี้ ควรมีความพร้อมของข้อมูลที่จะสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ในทันที

ถ้าพักที่เกาะความสะดวกนั้นมีน้อย อยากให้เพิ่มบริการหรือสิ่งอื่นๆ ให้คุ้มค่ากับราคาทัวร์ เพราะด้านการบริการนั้นดีอยู่แล้ว

**ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ที่พักดี สะอาด เหมาะสมกับราคา ตามความเป็นสถานะของที่ท่องเที่ยว

ด้านยานพาหนะ น่าจะปรับปรุงให้ที่นั่งกว้างกว่านี้อีกนิด

**ด้านการจัดการโดยทั่วไป**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ทีมงานจัดวางโปรแกรม ตารางเวลาได้เหมาะสม และเวลาประสานงานต่างๆ ได้ดี

**ท่านต้องการให้บริษัทเปลี่ยนแปลงไปในทางใด**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า อยากให้จัดโปรแกรมทัวร์ ให้เหมาะสมมากกว่านี้

จัดหาสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกแตกต่างออกไปจากเดิมบ้าง

ถ้ามีโปรแกรมพิเศษ อยากให้ส่งให้ลูกค้าเก่าให้ได้รับทราบทันที

คาดหวังให้บริษัทพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ พัฒนาสู่ความป็นสากล ไม่ลืมที่จะรักษาสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะภาวะโลกร้อน

# บทที่ 5
## สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

### ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ ซึ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวของเอกชนในด้านการจัดดำเนินงานบริการต่างๆ และสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบ การบริการให้มีคุณค่า มีความเหมาะสม สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวไทย และผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีจำนวน 9,850 คน (ข้อมูลสถิติฝ่ายทรัพยากรบุคคลของ บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด วันที่ 17 ธันวาคม 2549)

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการใช้ตารางเทียบขนาดตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 607 - 610) ได้จำนวน 370 คน

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพข้อมูลทั่วไป โดยมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) โดยถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 33 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติมนอกเหนือจากคำถามที่ปรากฏในตอนที่ 2

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยยื่นคำร้องต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ และนำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย ขอความอนุเคราะห์ต่อกรรมการผู้จัดการบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามไป 400 ชุด แล้วคัดเลือกฉบับสมบูรณ์ไว้จำนวน 370 ชุด เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

**การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ฉบับสมบูรณ์ จำนวน 370 ชุด

2. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แล้วนำเสนอข้อมูลรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แล้วหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งที่เป็นรายข้อ รายด้าน และรวบทุกด้านแล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

4. วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 โดยใช้ทดสอบค่าที (t-test) และข้อ 2

ข้อ 3 ข้อ 4 ข้อ 5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวหรือทดสอบค่าเอฟ (One - way analysis of variance or F-test) ในกรณีที่ผลการทดสอบระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบว่ามีความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้สถิติวิธีของ แอล เอส ดี (LSD : Least Significant Different's Method) แล้วนำเสนอข้อมูล รูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. นำแบบสอบถามในตอนที่ 3 คือ ข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) มาแจกแจงความถี่ที่ซ้ำๆหรือใกล้เคียงกันมาจัดหมวดหมู่ แล้วลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากจำนวนความถี่ แล้วนำมาสรุปในรูปแบบความเรียง

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ คือ หาค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม โดยการทดสอบค่าที (t-test for independent samples) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปโดยวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Signeficant Difference)

## สรุปผลการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ผู้ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 370 คน เป็นชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นหญิง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50

1.2 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 35 – 44 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ อายุ 25 – 34 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และอายุสูงกว่า 44 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40 ตามลำดับ

1.3 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 66.20 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ

1.4 อาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 224 คน คิดร้อยละ 60.50 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

2.2 นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78)

2.3 นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลากรที่ทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นนำกิจกรรมบนรถได้อย่างสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60) ส่วนพนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นพูดจาสุภาพอ่อนน้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.47) แต่พนักงานขับรถ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

2.4 นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ยานพาหนะ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นที่นั่งมีความสะดวกสบายอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.42) ส่วนสถานที่พัก ทุกข้ออยู่ในระดับมาก และอาหาร ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นรสชาติอร่อย อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

2.5 นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ยกเว้นการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายระหว่างการเดินทาง และราคามีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60, 3.63)

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้านทุกด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 เพศ

3.1.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ชาย มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\overline{X}$ = 3.55, 3.51)

3.1.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความพึงพอใจซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ข้อ 1 โดยชายมีความพึงพอใจมากกว่าหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3.2 อายุ

3.2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.66)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 35-44 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

3.2.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อ 2 ผู้วิจัยจึงนำไปทดสอบความแตกต่างของความเฉลี่ยเป็นรายคู่ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2.3 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่า

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-44 ปี และที่มีอายุ สูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25-34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 35-44 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยรวม นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-44 ปี และที่มีอายุ สูงกว่า 44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอายุ 25-34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-44 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ระดับการศึกษา

3.3.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75, 3.70)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.64, 3.65)

3.3.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 3 ที่ว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

3.4 อาชีพ

3.4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.56)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่เป็นพนักงานบริษัท / รับจ้าง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่ประกอบอาชีพส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.58)

3.4.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 4 ที่ว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.5.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63)

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68, 3.67)

3.5.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 5 ที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกัน

4. รวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ดังนี้

**ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว**

- นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม สะอาด สวยโดยธรรมชาติ ทำให้น่าท่องเที่ยว และยังอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ
- อยากให้หามุมมองใหม่ ที่สวยงามจากมุมเดิมๆ จะได้มีความแตกต่างจากของเก่า

**ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ**

- นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า มัคคุเทศก์ให้ความรู้ ความสนุก ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการดีเป็นกันเอง และให้ความปลอดภัยแก่ลูกค้า ส่วนพนักงานรับโทรศัพท์ควรปรับปรุงให้ดีกว่านี้ ควรมีความพร้อมของข้อมูลที่จะสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ในทันที
- ถ้าพักที่เกาะความสะดวกนั้นมีน้อย อยากให้เพิ่มบริการหรือสิ่งอื่นๆ ให้คุ้มค่ากับราคาทัวร์ เพราะด้านการบริการนั้นดีอยู่แล้ว

**ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ**

- นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ที่พักดี สะอาด เหมาะสมกับราคา ตามความเป็นสถานะของที่ท่องเที่ยว
- ด้านยานพาหนะ น่าจะปรับปรุงให้ที่นั่งกว้างกว่านี้อีกนิด

**ด้านการจัดการโดยทั่วไป**

- นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ทีมงานจัดวางโปรแกรม ตารางเวลาได้เหมาะสม และเวลาประสานงานต่างๆ ได้ดี

**ท่านต้องการให้บริษัทเปลี่ยนแปลงไปในทางใด**

- นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า อยากให้จัดโปรแกรมทัวร์ ให้เหมาะสมมากกว่านี้
- จัดหาสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกแตกต่างออกไปจากเดิมบ้าง
- ถ้ามีโปรแกรมพิเศษ อยากให้ส่งให้ลูกค้าเก่าให้ได้รับทราบทันที
- คาดหวังให้บริษัทพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ พัฒนาสู่ความป็นสากล ไม่ลืมที่จะรักษาสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะภาวะโลกร้อน

## อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ครั้งนี้ พบประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด รวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการท่องเที่ยว ดังนี้

**โดยรวม**

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าภาพรวมของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ที่ให้บริการตั้งแต่ต้นจนกระทั่งส่งนักท่องเที่ยวไทยกลับบ้าน ถือได้ว่ามีการบริการที่น่าประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูล การต้อนรับ การให้บริการตลอดการเดินทางทั้งบนรถและการท่องเที่ยว และอยากกลับมาใช้บริการอีก ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61) อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอาจมีความสวยงามหรือมุมมองของความประทับใจนักท่องเที่ยวไทยแต่ละท่านไม่เหมือนกัน บางท่านอาจชอบความเป็นธรรมชาติมากๆ บางท่านอาจชอบสถานที่ที่มีความสะดวกสบาย เป็นต้น ที่สำคัญสถานที่ท่านเที่ยวแต่ละแห่งทางบริษัทไม่สามารถควบคุมได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยซึ่งสอดคล้องกับ สันติ สุขเย็น (2546 : 80-82) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกร อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีมารับบริการขององค์การอุทยานแห่งชาติหาดวนกร ในด้านต่างๆ และกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่จัดไว้บริการทำการสำรวจความรู้สึกโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 280 คน ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเช่นเดียวกับ เสริมสกุล เสร็จกิจ (2547 :

บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยทำการสำรวจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาะภูเก็ต 5 แห่ง คือ หาดป่าตอง หาดสุรินทร์ แหลมพรหมเทพ วัดฉลอง และอ่างฉลอง ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ กับอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะเพศและอายุ มีความแตกต่างกัน มีช่องว่างระหว่างความคิดมากจึงทำให้มีความแตกต่างกัน

**ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78) อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่จัดไว้ในโปรแกรมของทางบริษัทนั้น นับได้ว่ายังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติอยู่มาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และอยากให้ธรรมชาติที่สวยงามยังคงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป

นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยชายและหญิง มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะความงามของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรืออาจจะเป็นจุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และจุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ที่อาจมองเห็นในคนละมุมมองของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนา เพชรวงศ์ (2542 : 18) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือเจตคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ ให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

**ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ**

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

บุคลากรที่ทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นนำกิจกรรมบนรถได้อย่างสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60) อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยบางท่านเคยมาใช้บริการกับทางบริษัทแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง อาจคุ้นเคยกับการเล่นเกม แจกของรางวัลแบบเดิมบ้าง หรือบางครั้งเพื่อความสนุกสนานอาจมีเกมที่เป็นแบบเด็กๆ บ้าง เป็นต้น ส่วนพนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้น พูดจาสุภาพอ่อนน้อม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.47) และพนักงานขับรถ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะบางครั้งพนักงานรับโทรศัพท์นั้นในแต่ละวันรับโทรศัพท์หลายสายในการตอบคำถามของลูกค้า อาจมีการเหนื่อยล้าในการตอบคำถามบ้าง จึงอาจมีน้ำเสียงที่ฟังแล้วไม่สุภาพ

นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ กับอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะชายกับหญิง หรือนักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน ต้องการการบริการที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน เช่น ผู้สูงอายุก็ต้องการพักผ่อนมากกว่าและต้องการการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ต้องการความสุภาพเรียบร้อย การมีสัมมาคาระ คำพูดที่สุภาพอ่อนน้อม เป็นต้น ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น อาจเน้นความสนุกสนานเฮฮา ความเป็นกันเอง ความเป็นเพื่อน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับโอลิเวอร์ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543 : 19; อ้างอิงจาก Oliver. 1980 : 460 A. *Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.*) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงข้าม ความไม่พึงพอใจหมายถึงภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบ ประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

**ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก**

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ยานพาหนะ ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นที่นั่งมีความสะดวกสบายอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.42) ส่วนสถานที่พัก ทุกข้ออยู่ในระดับมาก และอาหาร ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นรสชาติอร่อย อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.61) อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยแต่ละบุคคลอาจชอบรสชาติของอาหารไม่เหมือนกัน และร้านอาหารหรือโรงแรมแต่ละที่นั้นก็อาจมีเอกลักษณ์ในการทำอาหารไม่

เหมือนกัน มีรสชาติแตกต่างกันออกไป บางครั้งขึ้นอยู่กับภูมิภาคนั้นๆ ในการปรุงอาหารตามแบบต้นตำรับ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับประภัสสร ศรีภักดี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการ ของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสถานที่ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าไม่แตกต่างกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยชายและหญิงมีความพึงพอใจในการบริการยานพาหนะ สถานที่พัก หรืออาหารแตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยที่เป็นผู้หญิงค่อนข้างจุกจิก ในบางเรื่อง ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวไทยที่เป็นผู้ชายที่ส่วนใหญ่มักจะไม่จุกจิก ง่ายๆ อะไรก็ได้ มากกว่า

**ด้านการจัดการท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ยกเว้นการจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายระหว่างการเดินทาง และราคามีความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.60, 3.63) อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละทริปนั้น ไม่ได้แบ่งแยกเพศหรืออายุแต่อย่างใด ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวไทยหลายเพศหลายวัยอยู่ในทริปนั้น การจัดกิจกรรมบนรถบางครั้งอาจถูกใจวัยรุ่น หรือบางครั้งอาจถูกใจผู้สูงวัย เป็นต้น

นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะทางบริษัทได้จัดโปรแกรมการเดินทางที่มีความชัดเจน ควบคุมเวลาการเดินทางได้อย่างเหมาะสม โปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลายระหว่างการเดินทาง และราคามีความเหมาะสม จึงทำให้นักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจเหมือนกัน ไม่แตกต่างกัน แสดงว่าทางบริษัทได้จัดไว้เป็นที่พอใจของทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับ มานะ มหัคฆพงษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ กลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรี จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งจังหวัดปราจีนบุรีในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรี ไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ได้พบว่า

1. ประเด็นใดที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางควรนำไปพิจารณาหาแนวทางปรับปรุงโดยเร่งด่วน เพื่อพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการให้บริการด้านบุคลากร เพื่อประโยชน์และชื่อเสียงของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

2. ประเด็นใดที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ควรให้ผู้บริหารของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด พยายามรักษามาตรฐานการบริการที่ดีให้คงอยู่ และต้องมีการพัฒนาเพื่อให้สามารถเพิ่มมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะจะได้ทราบถึงระดับการบริการของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เมื่อให้บริการกับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทย ที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และจะได้ทราบถึงระดับการบริการของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด เมื่อให้บริการกับชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจ สำหรับตัวแปรอื่นๆ

4. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิต่อความพึงพอใจในการบริการธุรกิจนำเที่ยวด้านอื่นๆ ของบริษัทนำเที่ยว

# บรรณานุกรม

# บรรณานุกรม


กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). *คู่มือปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬาสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.* กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ท กรุ๊ป.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). *ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว.* การท่องเที่ยว ตำราเอกสารวิชาการ ฉบับที่ 30. หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมฝึกหัดครู. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา กรมศาสนา.

กองสถิติและการวิจัย. (2544). *การศึกษาภาวะการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

. (2548). *การศึกษาภาวะการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. (2542).*ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินการงานของสถานธนานุบาลในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ สส.ม.(การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถาบันธนานุบาลในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ สส.ม. (การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล. (2548). *ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวไทย.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ *:* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตุ้ย ชุมสาย, มล.และญิบพัน พรหมโยธี. (2527).ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.* กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพร่พิทยา.

ชาตรี สงวนรักษ์. (2540). *การท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : พัฒนาสารการพิมพ์.

ชิดจันทร์ หังสสูต. (2532). *หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชุลีพร ไกรเวียง. (2531). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของนักท่องเที่ยว ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.* วิทยานิพนธ์ปริญญา สส.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์. (2544). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา.* ฉะเชิงเทรา : สถาบันราชภัฏราชนครินทร์.

นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : แพร่พิทยา.

นิภาพร หนูอักษร. (2548). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ประภัสสร ศรีภักดี. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2539). *การจัดนำเที่ยว.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2531). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ไพบูลย์ คุ้มคำ.(2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

มานะ พหัคฆพงษ์. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง จังหวัดปราจีนบุรี.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ราชกิจจานุเบกษา. (2536). *พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 และกฎกระทรวง.* กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542).พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 กรุงเทพฯ : . นานมีบุ๊คส์.

ล้วน สายยศ และอังคนา สายยศ. (2543). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.* กรุงเทพฯ : เรืองอักษร.

วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.* มทป. ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.* มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). *คุณภาพคือความอยู่รอด.* กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี

(ไทย - ญี่ปุ่น)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็ก จำกัด.

ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2547). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549).* กรุงเทพฯ : สถาบันการวิจัย. ถ่ายเอกสาร.

สมจิตร กาหาวงศ์. (2541). *ความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ นาวีการ. (2530). *การบริหารธุรกิจ.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตะวันออก.

สันติ สุขเย็น. (2546). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทางกายภาพที่มีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกร อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* วิทยานิพนธ์ สศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

เสริมสกุล เสร็จกิจ. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต.* ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

Chubb, M. and H.R. Chubb. (1976). *An Introduction to Reaction Behaviors and Resources.* New York : John Wiley.

Ceballos Lascurin, H. (1998). Proprietors “Opinion on Ecotourism : A Case Study of The Roxz Bau, Sydney Australia”, *Journal of Ecotourism Research.* 60 (4) : 248 - A.

Ealine, Ruth & Free, Miears. (1984, April). Satisfaction of Tourism in Private Park and Recreation, in New York. *Dissertation Abstract International.* 44(10) : 30-40. Sample.

Holloway, Christopher. (1991). *The Business of Tourism.* London : Pitman Publishing.

Jedrzejczak, Marcin. et al. (2004). *Bridding biodiversity and tourism towards sustainable development of sandy beaches.* Retrieved September 5, 2005, from http://www.abstracts.co.allenpress.com/pweb/esa2005/document/?ID=46815.

Kotler, P. (1988). *Marketing Management.* Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.

Krejcie, Robert V. & Daryle, W. Morgan. (1970, Autumn). "Determining Sample Size for Research Activities," *Educational and Psychological Measurement.* 30 (3) : 607 - 610.

Mcintosh, RW.; Goeldner, C.R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies.* 5th ed. New York : John Wiley & Son. Inc.

Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism The International Business.* New Jersey : Prentice Hall, Inc.

Ministry of Tourism, Republic of Maldives. (2004). *Tourism Attitude Survey 2004.* Retrieved September 2, 2005, from http://www.scotexchange.net.tas2004.pdf.

Mullins, Laurie J. (1985). *Management and organization behavior.* London : Pitman Company.

Tiffin Joseph and E.J. McCormic. (1965). *Industrial psychology.* Englewood Cliffs. N.J. : Prentice Hall.

Vroom, W.H. (1964). *Work and motivation.* New York : John Wiley & Sons.

Wolman BB. (1973). *Dictionary of behavior science.* New York : Van Norstand Renhold Company.

Yoon, Semok. (2000). *A Study of Pleasure Trip Planning Behavior With Implications for Improved Tourism Promotion.* Thesis (Ph.D.). Michigan State University. Copes.

# ภาคผนวก

# ภาคผนวก ก
# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
## เรื่อง
## ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

**คำชี้แจง**

1. ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน
   ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
   ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด
   ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว
2. การตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยด้านวิชาการเท่านั้น จึงเรียนขอความร่วมมือจากท่านได้โปรดแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ จริงใจ ตรงไปตรงมาและเป็นอิสระเพื่อความสมบูรณ์ของผลการศึกษาวิจัย โดยไม่ต้องระบุชื่อ และนามสกุลของท่านลงในแบบสอบถาม คำถามของท่านจะถือเป็นความลับ ไม่มีผลผูกพันใดๆ หรือไม่นำไปใช้ในทางที่จะเสียประโยชน์ต่อท่านเป็นอันขาด

ผู้วิจัยใคร่ขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

นางสาววิมลวรรณ สุธีบุตร
นิสิตวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

# แบบสอบถาม
# เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

---

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในหัวข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 2) 25 - 34 ปี
☐ 3) 35 - 44 ปี ☐ 4) สูงกว่า 44 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี
☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1) นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 3) พนักงานบริษัท / รับจ้าง ☐ 4) ประกอบอาชีพส่วนตัว

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 2) 10,000 - 20,000 บาท
☐ 3) สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด

คำชี้แจง คำถามในส่วนนี้จะถามในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โปรดเขียนเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจมากที่สุดในแต่ละคำถาม

| ข้อมูลด้านต่าง ๆ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| **1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว** | | | | | |
| 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ | | | | | |
| 2. จุดสนใจท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ | | | | | |
| 3. จุดสนใจทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี | | | | | |
| **2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ** | | | | | |
| **มัคคุเทศก์** | | | | | |
| 4. มีบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ | | | | | |
| 5. แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย | | | | | |
| 6. หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส | | | | | |
| 7. มีความรู้ความสามารถในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว | | | | | |
| 8. นำกิจกรรมบนรถได้อย่างสร้างสรรค์ | | | | | |
| 9. พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม | | | | | |
| 10. เต็มใจให้บริการ | | | | | |
| 11. บริการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว | | | | | |
| 12. บริการเครื่องดื่มบนรถ | | | | | |
| **พนักงานรับโทรศัพท์ของบริษัท** | | | | | |
| 13. พูดจาด้วยวาจาสุภาพอ่อนน้อม | | | | | |
| 14. ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวถูกต้อง น่าสนใจ | | | | | |
| 15. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง | | | | | |
| **พนักงานขับรถ** | | | | | |
| 16. แต่งกายสุภาพเรียบร้อย | | | | | |

| ข้อมูลด้านต่าง ๆ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 17. พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม | | | | | |
| 18. มีมารยาทในการขับรถ ระมัดระวัง ไม่ประมาท | | | | | |
| **3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก** | | | | | |
| **ยานพาหนะ** | | | | | |
| 19. ที่นั่งมีความสะดวกสบาย | | | | | |
| 20. เครื่องปรับอากาศเย็นสบาย | | | | | |
| 21. ห้องสุขภัณฑ์ถูกสุขลักษณะ | | | | | |
| **สถานที่พัก** | | | | | |
| 22. มีความปลอดภัยสะดวกสะบาย | | | | | |
| 23. ทำเลที่ตั้งดีเหมาะสมสวยงาม | | | | | |
| 24. มีสิ่งอำนวยความสะดวก | | | | | |
| **อาหาร** | | | | | |
| 25. รสชาติอร่อย | | | | | |
| 26. ความสะอาด | | | | | |
| 27. ปริมาณอาหารเพียงพอ | | | | | |
| 28. จัดรายการอาหารดีและเหมาะสม | | | | | |
| **4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว** | | | | | |
| 29. โปรแกรมการเดินทางมีความชัดเจน | | | | | |
| 30. ควบคุมเวลาการเดินทางได้อย่างเหมาะสม | | | | | |
| 31. โปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย | | | | | |
| 32. การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อผ่อนคลาย ระหว่างการเดินทาง | | | | | |
| 33. ราคามีความเหมาะสม | | | | | |

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวด้านต่างๆ

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

.....

.....

.....

3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

.....

.....

.....

4. ด้านการจัดการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5. ท่านต้องการให้บริษัทเปลี่ยนแปลงไปในทางใด

.....

.....

.....

ขอแสดงความนับถือ

นางสาววิมลวรรณ สุธีบุตร
นิสิตวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

# ภาคผนวก ข
# รายนามผู้เชี่ยวชาญ

# รายนามผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ นายชัยโรจน์ สายพันธุ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ชื่อ นางกนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ชื่อ นายวุฒิชัย มากวงศ์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด
สถานที่ทำงาน 133/19 - 20 ถนนราชปรารภ มักกะสัน ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

ชื่อ นายประยุทธ ทองเพิ่ม
ตำแหน่ง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการบริษัทหนุ่มสาวทัวร์ จำกัด
สถานที่ทำงาน 133/19 - 20 ถนนราชปรารภ มักกะสัน ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

ชื่อ นางสมฤดี ชาญชัย
ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการภูมิภาคภาคใต้
สถานที่ทำงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

# ประวัติย่อผู้วิจัย

# ประวัติย่อผู้วิจัย

| | |
|---|---|
| ชื่อ-สกุล | นางสาววิมลวรรณ สุธีบุตร |
| วันเดือนปีเกิด | 15 พฤษภาคม 2520 |
| สถานที่เกิด | อำเภอเมือง จังหวัดพังงา |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 3/83 ศุภาลัย ปาร์ค อาคาร 2 ถนนพหลโยธิน 21 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 |
| ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน | มัคคุเทศก์ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด |
| สถานที่ทำงาน | บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด |

ประวัติการศึกษา

| | |
|---|---|
| พ.ศ. 2535 | มัธยมศึกษาตอนปลาย<br>โรงเรียนดีบุกพังงาวิทยายน จังหวัดพังงา |
| พ.ศ. 2538 | ศิลปะศาตรบัณฑิต (ศศบ.) คณะนิเทศศาตร์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| พ.ศ. 2551 | วิทยาศาตรมหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

# ประวัติย่อผู้วิจัย

# ประวัติย่อผู้วิจัย

| | |
|---|---|
| ชื่อ-สกุล | นางสาววิมลวรรณ สุธีบุตร |
| วันเดือนปีเกิด | 15 พฤษภาคม 2520 |
| สถานที่เกิด | อำเภอเมือง จังหวัดพังงา |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 3/83 ศุภาลัย ปาร์ค อาคาร 2 ถนนพหลโยธิน 21 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 |
| ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน | มัคคุเทศก์ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด |
| สถานที่ทำงาน | บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด |

ประวัติการศึกษา

| | |
|---|---|
| พ.ศ. 2535 | มัธยมศึกษาตอนปลาย<br>โรงเรียนดีบุกพังงาวิทยายน จังหวัดพังงา |
| พ.ศ. 2538 | ศิลปศาตรบัณฑิต (ศศบ.) คณะนิเทศศาตร์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| พ.ศ. 2551 | วิทยาศาตรมหาบัณฑิต (วท.ม.) สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |