

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ปริญญาานิพนธ์
ของ
วีรยุทธ กาทหลง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ปริญญาณิพนธ์
ของ
วีรยุทธ กาทหลง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดสุพรรณบุรี

บทคัดย่อ
ของ
วีรยุทธ กาหลง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553

วีรยุทธ กาทอง. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวาก เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ดร.อัศวิน มณีอินทร์, อาจารย์ดร.วินิตา เจียรระนัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมี 3 ตอนได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดและบริการมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับและแบบสอบถามปลายเปิดทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ อยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ไม่แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน อาชีพต่างกัน รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

SATISFACTION ON THE TOURIST TOWARDS THE MANAGEMENT AND SERVICES
BUENG-CHAWAK, SUPHANBURI PROVINCE

AN ABSTRACT
BY
WERAYUT KALONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Science Degree in Recreation Management
at Srinakharinwirot University

May 2010

Werayut kalong. (2010). *Satisfaction On The Tourist Towards The Management and services in Bueng-Chawak, Suphanburi Province*. Master thesis, M.Sc. (Recreation Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor committee: Dr. Asawin Maneein, Dr. Winida Jiaranai

The purpose of this research was study and compare *Satisfaction On The Tourist Towards The Management and services in Bueng-Chawak, Suphanburi Province* in accordance with the following demographic variable: gender, age, education levels, occupations and salarie. The sample for the study consist of 400 tourist towards management and services Bueng-Chawak, Suphanburi Province. The instrument used for collecting data had two parts: to in investigate about general status of the sample, to investigate about tourist satisfaction of visiting Bueng-Chawak, Suphanburi Province, to investigate about Open ended. For collecting data was five rating scale questionnaires. The data analys's was approached by percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The results of the research were as follow:

1. Tourist satisfaction towards Bueng-Chaeak, Management and services Bueng-Chaeak, were in high level.
2. Tourist' with difference sex, showed no difference to satisfaction towards Bueng-Chaeak, Management and services difference education level,
3. Tourist' with difference age, difference education level, difference occupation and difference income has satisfaction towards Bueng-Chaeak, management and services were statistically significant difference at .05 level

ปริญญาานิพนธ์
เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ของ
นายวีรยุทธ กาหลง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

คณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.อัศวิน มณีอินทร์)

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพฤษ์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วินิตา เจียรระนัย)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.อัศวิน มณีอินทร์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วินิตา เจียรระนัย)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง)

ประกาศคุณประการ

ปริญญาโทฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.อัศวิน มณีอินทร์ ประธานควบคุมปริญญาโท ดร.วินิตา เจียรนัย กรรมการควบคุมปริญญาโท ตลอดจน รองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพฤษ์ และรองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทองกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติม ที่ให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี จนผู้วิจัยดำเนินการทำปริญญาโทฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยโรจน์ สายพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกชาติ พึ่งโพธิ์ทอง นางสาวไศรยา หอมชื่น นายประสิทธิ์ เวทประสิทธิ์และนายณัฐวุฒิ เยี่ยมประภา ที่ให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อสมนึก กาหลง คุณแม่สุวิตตา มิ่งขวัญที่อบรมเลี้ยงดู ให้ความรักความอบอุ่น รวมทั้งให้โอกาสและทุนทรัพย์ในการศึกษาและการวิจัยครั้งนี้ และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คณะผู้บริหารบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติที่ให้ข้อมูล และอำนวยความสะดวกทุกท่าน และขอขอบคุณ พี่น้องศิษย์เก่าที่ให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน รวมถึงนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาสัตนศาสตร์ คณะพลศึกษา ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ความช่วยเหลือ ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยเข้ามาศึกษาที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รวมถึง คุณสมัคร ภูมิเขต เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาสัตนศาสตร์ ที่ช่วยชี้แนะอำนวยความสะดวกต่างๆตลอดมาและขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ช่วยทำให้ปริญญาโทฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

วีรยุทธ กาหลง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวความคิดคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	13
แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว.....	17
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	19
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	27
งานวิจัยในประเทศไทย.....	28
3 วิธีดำเนินการวิจัย	29
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	71
อภิปรายผล.....	72
ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	76
ภาคผนวก.....	82
ภาคผนวก ก.....	84
ภาคผนวก ข.....	92
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	94

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและคำร้อยละของผู้ที่มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไป.....	35
2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนินการ.....	37
3 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	38
4 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านบุคลากร.....	39
5 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.....	40
6 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสาร.....	41
7 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้าน.....	42
8 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนก ตามตัวแปรเพศ	43
9 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนก ตามตัวแปรอายุ	44

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านจำแนก ตามตัวแปรระดับการศึกษา.....	46
11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านจำแนก ตามตัวแปรอาชีพ	48
12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านจำแนก ตามตัวแปรรายได้	50
13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรเพศ	52
14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอายุ	53
15 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ.....	54
16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอายุ	55
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนินการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	56
18 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	57
19 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสารจำแนกตามระดับการศึกษา.....	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านจำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึง ฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอาชีพ	59
22 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนินการ จำแนกตามอาชีพ.....	60
23 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ.....	61
24 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ.....	62
25 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ.....	63
26 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	64
27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการใน บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรรายได้	65
28 แสดงการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้.....	66

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	14

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นันทนาการด้านการท่องเที่ยวเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ทุกประเทศในโลกต่างใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศของตนเอง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งเป็นผลก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและสร้างงานให้แก่ชุมชน ดังจะเห็นได้จากในระยะเวลาที่ผ่านมา นันทนาการด้านการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากสถิติในปี พ.ศ. 2503 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลก 69 ล้านคน และจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกในปี พ.ศ. 2553 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นถึงประมาณ 1,000 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544: 29)

รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เพราะประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง ของรายได้ที่เข้าสู่ประเทศ ทำให้รัฐบาลได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว แต่ในการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทุกภาคส่วนต้องให้ความร่วมมือกันไม่ว่าจะเป็น รัฐบาล เอกชน หรือชุมชนเองก็ตามเพื่อให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาและสามารถแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการท่องเที่ยวและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกภาคส่วนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (แผนวิสาหกิจ พ.ศ. 2551-2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ในประเทศไทยของเรานั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากมายและสถานที่เหล่านั้นส่วนใหญ่ล้วนแล้วเกี่ยวข้องกับธรรมชาติแทบทั้งสิ้น เนื่องจากประเทศไทยยังมีทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ ได้แก่อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ทะเล ภูเขา บึงหรือหนองน้ำไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

“บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ” ซึ่งเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุพรรณบุรีอีกแห่ง หนึ่งครอบคลุมพื้นที่ถึง 3 ตำบลของอำเภอเดิมบางนางบวช บึงฉวากเป็นบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 2,700 ไร่ บึงฉวากได้รับประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 และในปี พ.ศ. 2541 ได้รับการจัดให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ที่มีความสำคัญระดับชาติตามอนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar Convention) ที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นภาคี พื้นที่บึงฉวากอยู่ในความดูแลของหน่วยราชการในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น กรมปศุสัตว์ กรม

ส่งเสริมการเกษตรและอุตสาหกรรมเป็นต้น ในปัจจุบัน บึงฉวากได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หรือ (Underwater World) ซึ่งเป็นโครงการเทิดพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 เมื่อปี พ.ศ.2539 ภายในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงฉวาก ได้รับการแบ่งโซนแสดงพันธุ์สัตว์น้ำออกเป็น 2 หลัง โดยหลังที่หนึ่งจะจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด และหลังที่สองได้จัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเค็ม นอกจากนี้สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำแล้วนั้น ยังมีอุทยานผักพื้นบ้าน บ่อจระเข้ น้ำจืด และสวนสัตว์ให้ได้ชมกันอีกด้วย

บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการประเภทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ต่อสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับใดเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวและนันทนาการ ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในอนาคตต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรีมีทั้งหมด 5 ด้านดังนี้ ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ข่าวสาร ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องอันเป็นข้อมูลในการนำไปปรับปรุงการบริการและการจัดกิจกรรมนันทนาการให้ตรงต่อความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการมากที่สุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปศึกษาค้นคว้าต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการใน บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี เฉลี่ยในปี พ.ศ.2551 จำนวน 207,811 คน (ข้อมูลจากศูนย์ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ตารางประมาณกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan 1970: 610) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่ประชากรไม่จำกัด (∞) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการ ในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ มีทั้งหมด 5 ด้านได้แก่
 - 2.1 ด้านการจัดการและดำเนินการ
 - 2.2 ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 2.3 ด้านบุคลากร
 - 2.4 ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
 - 2.5 ด้านการรับรู้ข่าวสาร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบในการให้บริการกิจกรรมนันทนาการของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติตามที่ได้คาดหวังไว้ในด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และด้านการรับรู้ข่าวสาร
2. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรีที่เป็นคนไทย
3. บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการด้านกิจกรรมนันทนาการประเภท สวนสาธารณะบนพื้นที่รวม 2,700ไร่ ตั้งอยู่ที่อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีหน่วยงานกิจกรรมนันทนาการ ได้แก่
 - 3.1 ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวากและกรงนกใหญ่
 - 3.2 อุทยานผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ

- 3.3 สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด
- 3.4 สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเค็ม
- 3.5 บ่อจระเข้หน้าจืด
4. **เพศ** หมายถึง ลักษณะเฉพาะทางด้านร่างกายของมนุษย์ ประกอบด้วย เพศชาย และเพศหญิง
5. **อายุ** หมายถึง อายุเต็มของผู้ที่มารับบริการกิจกรรมนันทนาการ
 - 5.1 อายุระหว่าง 15-25 ปี
 - 5.2 อายุระหว่าง 26-35 ปี
 - 5.3 อายุระหว่าง 36-45 ปี
 - 5.4 อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป
6. **ระดับการศึกษา** หมายถึง วุฒิสูงสุดทางการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น
 - 6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 6.2 ปริญญาตรี
 - 6.3 สูงกว่าปริญญาตรี
7. **อาชีพ** หมายถึง หน้าที่หรือภารกิจที่ปฏิบัติซึ่งมาด้วยรายได้ในการดำรงชีวิตประจำวัน แบ่งออกเป็นดังนี้
 - 7.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 - 7.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 7.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 7.4 ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 7.5 อื่นๆ
8. **รายได้** หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลพึงได้รับจากการประกอบอาชีพหรือการทำกิจกรรมอื่นใดหรือได้รับเงินจากผู้ปกครองหรือทุนการศึกษาภายในเวลา 1 เดือนก่อนหักค่าใช้จ่ายแบ่งออกเป็น
 - 8.1 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท
 - 8.2 รายได้ 5,001 - 10,000 บาท
 - 8.3 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท
 - 8.4 รายได้ 15,001 - 20,000 บาท
 - 8.5 รายได้ตั้งแต่ 20,001 ขึ้นไป
9. **การจัดการบริการ** หมายถึง การดำเนินการและการให้บริการของเจ้าหน้าที่/พนักงานของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ซึ่งงานวิจัยนี้ศึกษาทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

9.1 การจัดการและดำเนินการ หมายถึง การจัดการในภาพรวมของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติที่มีการวางแผนงาน มีกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และมีการควบคุมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

9.2 ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็นระเบียบของการจัดกิจกรรม รวมถึงสถานที่จอดรถและการให้บริการสาธารณูปโภคด้านห้องน้ำ และตู้โทรศัพท์ภายในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ

9.3 ด้านบุคลากร หมายถึง การให้บริการของพนักงานในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ได้แก่ ความมีอัธยาศัยดี มีบุคลิกภาพดี มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีความซื่อสัตย์ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

9.4 ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่บึงฉวากได้ทำการเผยแพร่การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักบึงฉวาก หรือมีการเดินทางมาท่องเที่ยวยังบึงฉวากเพิ่มมากขึ้น

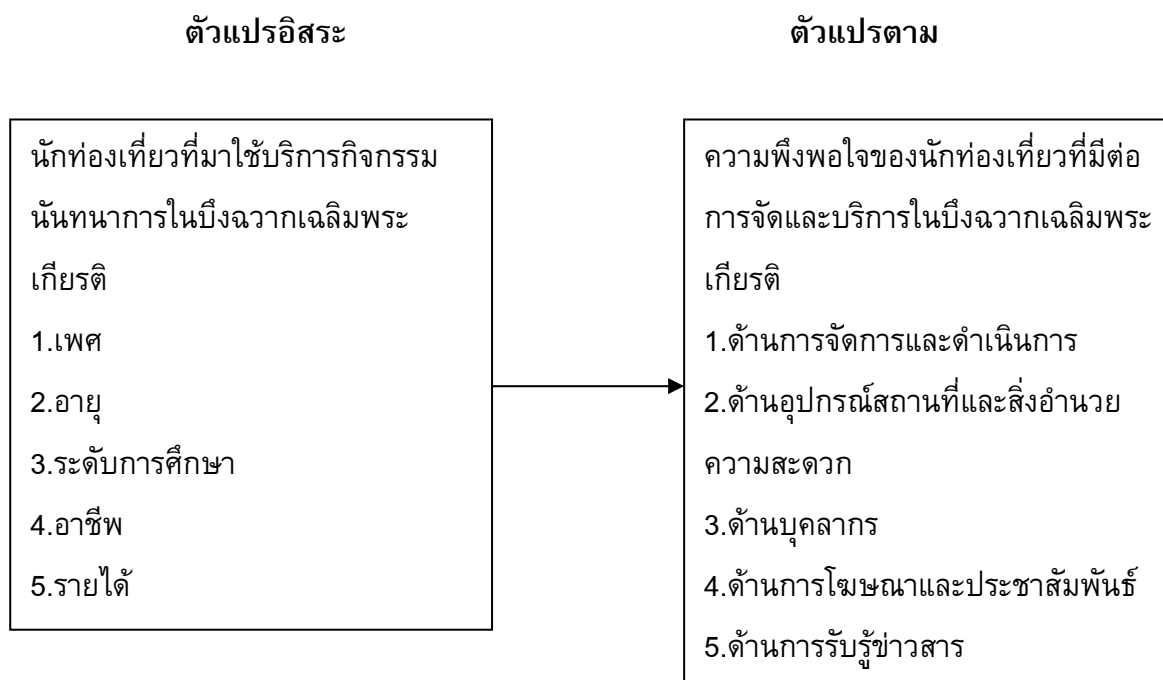
9.5 ด้านการรับรู้ข่าวสาร หมายถึง กระบวนการรับรู้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิธีการที่ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านสื่อต่างๆ เข้ามาสู่ความคิดของนักท่องเที่ยวในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติอย่างมีความหมาย นักท่องเที่ยวในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จะนำความหมายของข้อมูลมาผสมผสานเพื่อกำหนดความรู้สึกและตัดสินใจมาเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ

9.5.1 สื่อบุคคล คือ การติดต่อสื่อสารโดยบุคคล คือ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง

9.5.2 สื่อที่ไม่ใช่บุคคล คือ การติดต่อสื่อสารโดยการผ่านสื่อต่างๆ ที่ไม่ใช่บุคคล อาทิเช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวาก โดยมีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางเพื่อการวิจัย ดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
4. แนวความคิดและทฤษฎีการบริการ
5. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยภายในประเทศ

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (จิตตินันท์ เตชะคุปต์, 2543: 19) และมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาให้ความหมายไว้ดังนี้

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542: 47) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้นๆ และสรุปความหมายของความพึงพอใจว่า ความพอใจ คือ ความรู้สึกมีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542: 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆหลายด้าน เป็นสภาพที่ความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้ว จะเกิดความพอใจเป็นผลกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก

ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลก ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี

เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น จากความหมายของคำว่าความพึงพอใจที่ได้รับรวบรวมมานี้ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจที่กล่าวไว้ในการวิจัยในอดีตรวบรวมได้ดังนี้

ทฤษฎีแสวงหาความพึงพอใจ (ศิริโสภาคย์ บูรพาเดช. 2528: 156-157) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลพอใจกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้ความสุข และจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความลำบาก อาจแบ่งประเภทความพอใจ กรณีนี้ได้ 3 ประเภทดังนี้

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistical hedonism) เป็นทัศนะของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่า มนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องจากการกระทำนั้นๆ จะกระทำให้คนได้รับความพึงพอใจ อารมณ์จึงจะกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

โวลแมน (Wolman. 1975: 283) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขความอิ่มเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

ฮิลล์ (Hill. 1996: 6) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer satisfaction) กล่าวว่าปัญหาที่ธุรกิจมักประสบอย่างหนึ่ง คือ จำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลงเมื่อผู้ใช้บริการเดิมหายไป ธุรกิจก็พยายามทุกวิถีทางที่จะหาผู้ใช้บริการใหม่ ขณะที่ผู้ใช้บริการเก่าไม่กลับไปใช้บริการอีก แต่ก็ไปซื้อสินค้าหรือบริการจากคู่แข่ง โดยทั่วไปธุรกิจจะสูญเสียผู้ใช้บริการไปประมาณร้อยละ 10-30 ต่อปี แล้วก็พยายามหาผู้ใช้บริการใหม่ซึ่งก็ไม่ได้ประโยชน์อะไร เพราะผู้ใช้บริการที่หามาได้เมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการก็จะหายไปอีก จึงต้องแก้ไขโดยเร็วด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543: 19) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยาม แบ่งเป็น 2 ความหมายดังนี้

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543: 19) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากการศึกษาความหมาย ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่าเป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้ สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการแต่ละครั้งได้

ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้ เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละยุคคงอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอม ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยิน ข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับ ความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจ ผลักดันให้มีความต้องการบริการ ตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการประกอบการและปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการที่วางนโยบายบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมี อิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวกับการ ออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสนัการ จัดแบ่งพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอการบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วน สำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้ การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่าง ถูกต้องมีคุณภาพ

ระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุข ของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกที่ปลาบปลื้มใจหรือ ประทับใจของผู้ใช้บริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวัง

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการ ถือเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการ ดำเนินงานบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจใน การบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่จะนำความรู้ความเข้าใจ มาปรับปรุงให้ได้เปรียบใน การแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและเติบโต ของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และ ส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและ

ผู้รับบริการ ความสำคัญต่อผู้ให้บริการที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการดังต่อไปนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543: 21)

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหาร การบริการและปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการ ประเมินความรู้สึก และความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และ วิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการอัน ที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ และสามารถตอบสนองการบริการที่ตรงกับลักษณะ และรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการ บริการ การนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้ามีผลให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นและมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการ บริการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความ เข้าใจต่อผู้อื่น

3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของ งานบริการการให้ความสำคัญกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ที่ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่อง จำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับ ผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงาน อย่างเต็มความสามารถ อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้กิจการการบริการประสบความสำเร็จ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรตระหนักถึง ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของ ลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่คุณภาพและตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้ได้ การดำเนิน ชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆ สถานการณ์ทุกวันย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตาม ไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนอง ความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ อาชีพบริการงานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของเรา เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการ

แสดงออกถึงความสามารถการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เป็นที่ยอมรับความพึงพอใจในงาน มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน พนักงานบริการย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้า ยิ่งๆขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไป

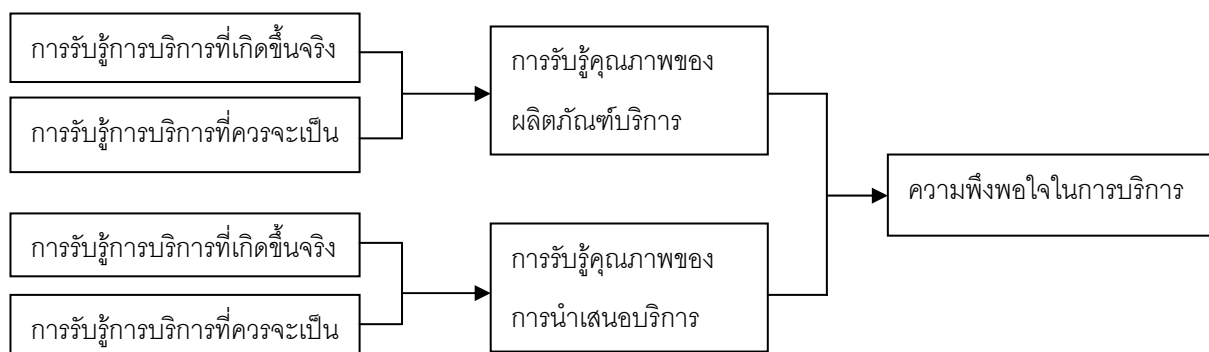
จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการให้ความสำคัญทั้งสองลักษณะ คือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่มีส่วนสัมพันธ์กันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการเกิดขึ้นจากกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่า ควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณ์การบริการหนึ่ง ซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้โดย แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 2 ประการดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543: 25-26)

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้ใช้บริการจะรับรู้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้ารับบริการที่ห้องคาราโอเกะในห้องที่ผู้รับบริการได้โทรแจ้งเจ้าหน้าที่เพื่อจองห้องไว้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้ใช้บริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการผู้ใช้บริการจะรับรู้่ววิธี การนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการพฤติกรรมแสดงออกของผู้ใช้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการของผู้ใช้บริการต่อผู้ให้บริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนการให้บริการดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา: จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2543). องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ. หน้า 26.

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

โรเบิร์ต คริสต์ มิลล์ และอลาสเทียร์ เอ็ม มอรรริสัน (วิจิตรา ชัยศรี. 2537: 12; อ้างอิงจาก Robert Christie Mill; & Alastair M. Morrison, 1988: 6-7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์ โดยเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure time) โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตนเองไปสู่สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ ความรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนองตนเองโดยลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวแบบสากลนั้นมีเงื่อนไข 3 ประการดังนี้

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ฉะนั้นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจึงอาจมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป เช่นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อดูแลสุขภาพเพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อการกีฬา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นการสัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น

สรุปการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวเอาไว้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการเก็บสถิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภทดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542: ไม่ปรากฏเลขหน้า)

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourists) หมายถึง ชาวต่างชาติที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่ง และพำนักอยู่ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ไม่น้อย

กว่า 1 คืนและไม่มากกว่า 60 วัน) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช้การประกอบอาชีพหารายได้

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเฉพาะในอาณาเขตประเทศไทย

3. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวชั่วคราว โดยมีได้มีการพำนักพักรแรมหรือไม่พักค้างคืน

สรุปนักท่องเที่ยวคือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว โดยเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้รูปแบบในการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งแบบที่เดินทางแบบไปค้างคืนยังประเทศใดประเทศหนึ่ง เดินทางเฉพาะภายในประเทศ และการเดินทางแบบชั่วคราวไม่ค้างคืน

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) มักนิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

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

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (Meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (Mission) รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางพักรแรม การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้นโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักแบบต่าง ๆ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านค้า ธุรกิจการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ต่างพยายามหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism supply) ให้มีความหลากหลายเพื่อสนองตอบความต้องการหรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism demand) ที่มีเพิ่มมากขึ้น

สุดาพร ชุติธรานนท์ (2542: 39) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีหลายประการดังนี้

1. การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรมย์
2. เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อศึกษา
5. เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ
6. เดินทางเพื่อการเยี่ยมญาติ

7. เดินทางเพื่อประกอบศาสนกิจ
8. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
9. เดินทางเพื่อสุขภาพหรือพักผ่อน

ฉะนั้น ในการท่องเที่ยว ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุในการเดินทางแตกต่างกันไป ได้แก่ การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางเพื่อการศึกษาซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจเกิดจากการทำงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้พร้อม ๆ กันก็สามารถรับรู้ สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

จำแนกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ความสำคัญต่อบุคคล

1.1 การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสราญใจ ช่วยให้ผู้มีมนุษย์ได้รับการพักผ่อนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชาติตามมติเอกฉันท์ของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 พ.ศ. 2510 อันเป็นปีท่องเที่ยวสากลว่า “การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษยชาติต้องการที่สุด ควรที่รัฐบาลทุกประเทศและมนุษย์ทุกคนจะส่งเสริมสนับสนุน”

1.2 การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้ผู้มีมนุษย์มีทัศนคติกว้างไกล สามารถรับรู้และเข้าใจสภาพการณ์ที่เป็นจริง จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่คนทุกระดับสามารถมีประสบการณ์ ร่วมกันได้

1.3 การท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทั้งระหว่างชนในชาติและนานาชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ดังคำขวัญของปีการท่องเที่ยวสากลว่า “การท่องเที่ยวเป็นสื่อไปสู่สันติภาพ” (Tourism Passport to Peace)

2. ความสำคัญต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดวัฒนธรรม ทำให้เจ้าของถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่น เกิดความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนวัฒนธรรมประจำถิ่นของตน พร้อมใจกันเชิดชูทรัพยากรท้องถิ่นให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทั้งด้านการคมนาคม การสาธารณสุขโรคและมาตรฐานการครองชีพ โดยเฉพาะท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งเจ้าของถิ่นและนักท่องเที่ยว

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

3.1 การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ช่วงสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมียอดเกินดุลอย่างสม่ำเสมอ

3.2 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการค้าของที่ระลึก ฯลฯ

3.3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและโดยอ้อม

3.4 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราและการกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่น แอล อี ฮัดแมน (L.E. Hudman) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push factor) หมายถึง สภาพเงื่อนไขที่กระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในบุคคลให้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีสาเหตุมาจาก ความอยากรู้อยากเห็นและความพึงพอใจ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นไปตามสัญชาตญาณการอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่าง ๆ ที่ตนไม่เคยเห็น และนอกจากนี้การเดินทางยังเป็นการแสวงหาความสุขให้กับตนเองปัจจัยดึงดูด (Pull factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ซึ่งลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ หรือทัศนียภาพทางภูมิอากาศ และสภาพอื่น ๆ นอกเหนือจากสภาพทางกายภาพ เช่น การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ เป็นต้น

การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายประการเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวนี้มี 4 ประการ (Mill. 1990: 22)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นัดพบและการปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) ได้แก่ การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัยการจัดระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าออกจากเมืองต่าง ๆ

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะสาเหตุที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่เดิมนั้น เกิดจากความประทับใจในสถานที่นั้น ๆ ซึ่งได้แก่ การต้อนรับของคนในท้องถิ่น หรือพนักงานผู้ให้บริการ มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวได้กลายเป็นกิจกรรมที่แพร่หลาย และมักเป็นที่นิยมกันของประชาชนในทั่วทุกมุมโลก อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนและให้ความสำคัญจากหน่วยงานรัฐบาลของประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์มากมายแก่ประชาชนและประเทศชาติ จึงทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวเจริญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน จนมีผู้กล่าวว่าการ

ท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 2 ตลอดห้าปีที่ผ่านมา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยคือ เหตุ มูลเหตุ หรือส่วนประกอบเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดผล หรือผลลัพธ์ โดยกองวิชาการและฝึกรวมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) สรุปไว้ว่าผลิตผลของการท่องเที่ยวคือบริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ สำคัญปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factors) คือ อุปสงค์หรือความต้องการจะมีมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับอำนาจการซื้อ (Purchasing power) หรือกำลังทรัพย์ของผู้บริโภค
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factors) คือขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ และสัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factors) คือ ความแปลกใหม่ของสภาพภูมิประเทศเช่น คนที่อาศัยอยู่จังหวัดแถบชายทะเล ก็นิยมท่องเที่ยวในแถบภูเขาเป็นต้น
4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio-Culture factors) คือ ความคิด ความเชื่อ ธรรมเนียมและทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and regulatory factors) คือ การเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง และระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass media communication factors) คือ ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชน ช่วยสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ หรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices) คือ ราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
8. ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (Personal mobility factors) คือ การมี หรือการจัดพาหนะสำหรับการท่องเที่ยว

แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 43-44) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็นกิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่ดึงดูดความสนใจที่มีหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การ

อนุรักษวัฒนธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทศนิยมภาพ ชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรมเกมและกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ การสัมผัสวัฒนธรรมชาติเช่น สมุนไพร

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมได้กับทุกเพศทุกวัย ขึ้นอยู่กับการเลือก และมีประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1.ผลทางด้านสังคม ได้แก่

1.1 ครอบครัวมีความพึงพอใจทางสร้างสัมพันธ์ภาพทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ง่ายดายและมีผลต่อการปรับผลดุลทางเศรษฐกิจ

1.2 การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดพฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกันการอยู่ในสังคมเป็นสุข

1.3 ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง สัมพันธ์กันทางบวก ทั้งนี้อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2.ผลทางด้านจิตใจ

2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ภาพทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

2.2 หนีหลีกเลียงความกดดันจากสิ่งกายภาพ

2.3 หนีปัญหาสังคม

2.4 จิตใจแจ่มใส มีความสงบ และมีสมรรถภาพที่ดีขึ้น

2.5 มีอิสรภาพ ที่จะทำอะไร

2.6 ตื่นเต้น

2.7 ใจมั่นคง สงบ สมานคีติ

2.8 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การสัมผัสจากธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งที่บุคคลต่างๆ ใช้เป็นปัจจัยในการส่งเสริมฟื้นฟู และบำรุงคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี ดังที่นันทนาการศาสตร์ จัดแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวเป็น กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง เพราะในการเดินทางท่องเที่ยวยังมีกิจกรรมเสริมร่วมในการท่องเที่ยวด้วยเสมอ นอกจากนั้นยังมีการเดินทางท่องเที่ยวมุ่งเพลิดเพลินอย่างเดียว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อสร้างสันติภาพ โดยการไปเยี่ยมเยือน กิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งจะสัมพันธ์กับวัยเพศ และสภาพการณ์ต่างๆ ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์และคุณค่ามากมาย พอสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

2. พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด

3. เกิดอารมณ์สุข สนุกสนาน เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์

4. มีความสมบูรณ์ทางอารมณ์

5. มีสมานคีติขึ้น

6. สร้างมิตร และความรักสามัคคี

7. ตอบสนองความต้องการตามธรรมชาติ

8. จิตใจงามมองโลกในแง่ดี

9. เสริมคุณค่าของสังคมประชาธิปไตย

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมานั้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยปัจจัยด้านความสำคัญต่างๆ หลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งในด้านความสำคัญของตัวบุคคล ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ จึงต้องมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกด้าน และที่สำคัญต้องคำนึงถึงสภาพความเป็นจริง และสามารถกำหนดแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และมีแผนปฏิบัติการที่ดี รวมถึงต้องให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว วมถึงถือว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ควรคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวและผลที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

สมาคมการตลาดอเมริกัน ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539: 8) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพอใจจากผลของการกระทำนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2541: 334-336) ได้กล่าวว่า บริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า โดยธุรกิจบริการสามารถจัดได้

4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ เป็นต้น
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
3. เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร เป็นต้น
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องเช่น สถาบันลดน้ำหนัก เป็นต้น

ฮอกกิน; และคณะ (มสช. 2539: 338-339) ได้อธิบายการใช้บริการว่า เกิดจากการที่ผู้รับบริการ เกิดจากการเรียนรู้ในการบริการนั้น การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้นเกิดจากการได้รับประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้มีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้เป็นพฤติกรรมโดนเปลี่ยนจากการไม่เคยรู้จักบริการมาเป็นรู้จักบริการนั้น เปลี่ยนจากการไม่ชอบบริการมาเป็นชอบบริการ เปลี่ยนจากไม่เคยใช้บริการนั้นมาใช้บริการนั้น

2. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร เมื่อรู้จักให้บริการแล้วเกิดความประทับใจบริการนั้นก็มักจะกลับมาใช้บริการนั้นตลอดไปและไม่ใช้บริการที่ไม่ใช่เครื่องหมายทางการค้าหรือบริษัทเดิม

3. การเรียนรู้เกิดจากที่ผู้รับบริการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะโดยตรงด้วยตนเองหรือผู้อื่นบอก

ลักษณะของงานบริการ

การบริการเป็นกระบวนการกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยการบริการเป็นสิ่งที่สัมผัส จับต้องได้ยากและโดยทั่วไปการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของผู้ซื้อผู้ซื้อจึงต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและจากบริการที่เขาจะได้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งผู้ขายจะต้องจัดหาเป็นหลักประกันเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งมีเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ ควรจะมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่เสนอขาย

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน คือผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคภายในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลาโดยกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดเวลาสามารถทำได้โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลา การให้บริการ

อย่างรวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น การจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการเดี่ยว หรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้าช่วยในการบริการ

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้น ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพในการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ตรวจสอบลักษณะ คัดเลือก ฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เพื่อก่อให้เกิดการบริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาหรือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ตัวอย่าง รถประจำทางในช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีผู้โดยสารมากต้องใช้รถในการให้บริการมากขึ้น สถานบันเทิงในวันศุกร์ เสาร์ ที่มีผู้ไปใช้บริการมาก ทำให้เกิดปัญหาการให้บริการไม่เพียงพอ

หลักการให้บริการ

กุลธร ธนาพงศ์ธร (2530: 303-304) กล่าวไว้ว่า หลักการให้บริการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการทุกคนอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย และไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรมากนัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537: 146) กล่าวว่า การให้บริการควรประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือ

ทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะมิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ครบวงจรของการบริการแล้วนั้นมิได้มีเพียงขั้นตอนเดียว

3. หลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นมาก

4. หลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวก สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก และยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการ

หลักปฏิบัติในการบริการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้ (วีระพล เอี่ยมโสภณา. 2547: 25; อ้างอิงจากวิเชียร ชันทรหัตถ์. 2540)

1. สถานที่ สะอาด สะดวก สบายและสวยงาม
2. เตรียมตัวเองให้พร้อมทุกด้าน สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และบุคลิกภาพ
3. ตรงต่อเวลา
4. มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ยิ้ม ทักทาย
5. สามารถให้รายละเอียดแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
6. ให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
7. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายให้ลูกค้าเห็น
8. เมื่อมีงานแทรกเข้ามาระหว่างปฏิบัติงานถ้าต้องทิ้งงานบริการที่กำลังทำให้ลูกค้าต้องแจ้งให้ลูกค้าว่าใครจะเป็นผู้ให้บริการแทนตัวเอง
9. เมื่อมีลูกค้าเข้ารับบริการพร้อมกันให้หมายเลขตามลำดับก่อน-หลังและส่งความอาหารถึงลูกค้าที่กำลังรออยู่โดยส่งยิ้ม หรือทักทายเพื่อแสดงว่ายินดีบริการ
10. กรณีเกิดปัญหาขัดแย้งกับลูกค้าถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตัวเองให้นำเข้าพบหัวหน้าหรือพยายามชักจูงไปยังห้องอื่นเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 212-216) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ดังต่อไปนี้

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย บุคคลหรือพนักงานซึ่งต้องอาศัย

การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท สถานที่บริการ ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม TQM (Total Quality Management) กระบวนการให้บริการ มีกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า ได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

คุณภาพบริการ

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service quality) ของซีทอมอล พาราสุราแมน และเบอร์รี่ (Zeithmal; Parasuraman; & Berry. 1985: 41-50) ได้กล่าวว่า คุณภาพของการบริการในความคิดเห็นของลูกค้าผู้มาใช้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าได้มีการประเมินเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จะพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังในการบริการ (Expected service) ของลูกค้า ได้แก่

1. สิ่งที่ได้รับฟังจากบุคคลอื่น (Word of mouth communication)
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล (Personal needs)
3. ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Past experience)

4. การสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้าผู้ใช้บริการซึ่งรวมถึงการส่งข้อความทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งจากผู้ให้บริการไปยังผู้ให้บริการ เช่น การโฆษณาถึงความเป็นมิตรของพนักงานในการให้บริการ (External communications)

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ

การบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ มีประโยชน์และบริการที่จัดให้ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นส่วนใหญ่มิใช่จัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการมีดังนี้

1. ด้านลักษณะที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากรและอุปกรณ์ในการสื่อสาร
2. ด้านความสามารถในการให้บริการตามสัญญาได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ
3. ด้านความเต็มใจในการให้บริการและช่วยเหลือลูกค้า
4. ด้านการมีทักษะ ความรู้และความสามารถของพนักงานในการบริการ
5. ด้านความสุภาพ ความเป็นมิตรของพนักงาน
6. ด้านความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ
7. ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ
8. ด้านการเข้าถึงการบริการของผู้ใช้บริการ
9. ด้านความสามารถในการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

10. ด้านการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าโดยช่องว่างหรือความแตกต่างระหว่างการคาดหวังในการบริการ (Expected service) กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ (Perceived service) จะเป็นคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived service quality)

ความสำคัญของการให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 15) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่างๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อบุคลากรหรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันการให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้นๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การต้อนรับและการเอาใจใส่
2. การให้บริการทางโทรศัพท์
3. การบริการขายหน้าร้าน
4. การให้บริการภายในสำนักงานหรือร้านค้า
5. การบริการภายหลังการขาย
6. การบริการสำหรับพนักงานช่าง
7. ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ

บนเส้นทางระหว่างอำเภอเดิมบางนางบวชจังหวัดสุพรรณบุรีไปอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาทกลางบึงเต็มไปด้วย ดอกบัวหลวง ทั้งสีขาวและสีชมพู และในราวเดือนกันยายน – พฤษภาคม จะเห็นเป็ดแดงฝูงใหญ่ลอยตัวจับกลุ่มอยู่ตามกอบัว ที่นี่คือ “บึงฉวาก” ซึ่งได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งแต่ ปี 2526 เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ในพื้นที่รวม 2,700 ไร่ นี้ไว้และด้วยความ หลากหลายของพันธุ์พืชและสัตว์ที่มีในบึงฉวาก บึงฉวากจึงถูกจัดให้เป็น พื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติตาม อนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar Convention) ที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นภาคีมาตั้งแต่ปี 2541 ลักษณะที่เรียก มีบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่กว้างไกล สุดสายตาว่าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำตาม อนุสัญญาแรมซาร์นั้นก็คือ พื้นที่ลุ่ม พื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ลุ่มชื้นแฉะ พื้นที่ฉ่ำน้ำ มีน้ำท่วม น้ำขัง พื้นที่พรุ พื้นที่แหล่งน้ำ ทั้งที่เกิดเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้าง ทั้งที่มีน้ำขังหรือท่วมถาวรและชั่วคราว ทั้งแหล่งน้ำนิ่งและน้ำไหล แหล่งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม รวมไปถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเล และทะเลในบริเวณซึ่งเมื่อน้ำลดต่ำสุด น้ำลึกไม่เกิน 6 เมตร ซึ่งบึงฉวากเข้าข่ายลักษณะดังกล่าวที่เป็นบึงน้ำจืดที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีความลึกเฉลี่ยประมาณ 1-3 เมตรบึงฉวากนั้นเดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งของสายน้ำท่าจีน เมื่อผ่านระยะเวลาและการทับถมของ

ตะกอนดินโคลน จึงทำให้ส่วนหนึ่งของแม่น้ำแยกตัวออกมาเป็นบึงรูปโค้ง มีขนาดใหญ่กินพื้นที่อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี และอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ก่อนหน้าที่จะประกาศให้บึงฉวากเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่านั้น นายจรินทร์ กาญจนมัย ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี ในขณะนั้น ได้เข้ามาบุกเบิกพัฒนาพื้นที่รอบบึงเมื่อปี พ.ศ.2525 และเห็นว่าบึงฉวากมีธรรมชาติสวยงาม มีนกน้ำจำนวนมากมายอาศัยอยู่ จึงได้ประสานงานไปยังกรมป่าไม้ นับตั้งแต่วันที่ 29 มีนาคม 2526 เป็นต้นมา เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวากจึงได้รับการจัดตั้งขึ้นครอบคลุมพื้นที่ 3.2 ตารางกิโลเมตร บึงฉวากรับน้ำจากคลองและทุ่งนาใกล้ๆ จึงมีตะกอนดินโคลนไหลเข้ามาทำให้บึงตื้นเขินนานเข้าพืชน้ำก็ขึ้นรก และเกิดน้ำเน่าเสีย ในปี 2537 จังหวัดสุพรรณบุรี โดย ฯพณฯ บรรหาร ศิลปอาชา ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ จัดทำโครงการพัฒนาบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง ในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 เมื่อปี พ.ศ.2539 สภาพระมหากษัตริย์ในบึงฉวาก บึงฉวากเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์หลายชนิด สัตว์น้ำและสัตว์ที่พบในบึงและบริเวณโดยรอบ ต่างเื้อต่ออาศัยดำรงอยู่ของกันและกันอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้เลย เช่น นกอีโก้ เป็นนกน้ำที่มีสีน้ำเงินอมม่วงสวยงาม ตัวใหญ่ ขาววาวนี้วัดินยาวเอาไว้เดินบนจอกหรือใบบัวโดยเฉพาะ อาหารโปรดของนกอีโก้ ได้แก่ หอยโข่ง หอยเชอรี่ ซึ่งเป็นการช่วยกำจัดศัตรูในนาข้าวไปโดยปริยายส่วนตามชายบึงที่มี พงอ้อ แวม ฐูปฤกษ์ หญ้าชนิดต่างๆ มักจะมีนกน้ำหลายชนิดอาศัยทำรัง เพราะช่วยพรางตาได้ดี และบริเวณใต้น้ำก็มีพืชน้ำ เช่น สาหร่ายหางกระรอก สาหร่ายข้าวเหนียว เป็นแหล่งวางไข่ของปลาและแมลง ช่วยเพิ่มออกซิเจนให้กับน้ำและเป็นอาหารของพวก เต่า ปลา นกน้ำ เมื่อดูบนฝั่งจะเห็นว่าไม่มีพวกไม้ยืนต้น เช่น ตะขบน้ำ จิก สะแกนา ใผ่ พุทรา มะขามเทศ พืชเหล่านี้นอกจากจะช่วยยึดหน้าดินริมตลิ่งแล้วยังเป็นที่ให้นกอาศัยสร้างรังวางไข่ เช่น นกเขา นกกระจาบ นกที่อพยพมาอยู่ที่บึงฉวากทุกปี คือ เป็ดแดง ซึ่งจะเริ่มเห็นข้ามมาอยู่ที่บึงฉวากเป็นฝูงใหญ่ในช่วงฤดูหนาวตอนกลางวันเราจะเห็นเป็ดแดงหลบพักอยู่ตามกอบัว พอตอนเย็นช่วงใกล้ค่ำก็จะบินโฉบขึ้นเป็นฝูงใหญ่ออกไปหากินตามทุ่งนา เวลามองใกล้ๆ จะเห็นว่าบินช้า หัวและคอจะห้อยต่ำกว่าลำตัว พร้อมกับส่งเสียงวี๊ด วี๊ด นกเป็ดแดงที่เห็นในบ้านเรามีทั้งที่เป็นนกประจำถิ่นและย้ายถิ่นเข้ามาช่วงฤดูหนาวอาศัยตามทุ่งนา หนองบึง และทะเลสาบทั่วประเทศ พวกที่เป็นนกอพยพจะทยอยบินกลับในเดือนเมษายน และ นกปากห่าง ซึ่งเป็นนกขนาดใหญ่ ขนสีเทาเกือบทั้งตัวที่สะโพก ขอบปีก และหางเป็นสีดำ ปากใหญ่ เวลาหุบปากตรงกลางปากจะไม่ติดกัน ทำให้คาบหอยโข่งหรือหอยเชอรี่ ซึ่งเป็นอาหารโปรดได้ถนัด นกปากห่างเป็นนกอพยพเข้ามาประมาณช่วยเดือนตุลาคม หากินและเลี้ยงลูกจนโตจึงจะพากันบินอพยพกลับราวๆ เดือนพฤษภาคม นอกจากนี้ ยังมีนกน้ำหลายชนิดที่ชอบทำรังเป็นกลุ่มและอยู่ปะปนรวมกันบนกออ้อกอพง และต้นไม้ต้นเดียวกันหรือต้นใกล้ๆ กันเช่น นกแขวก นกกระทง นกยางควาย นกยางกรอก นกยางเปีย นกยางโทนใหญ่ นกช้อนหอยขาว นกกาบน้ำเล็ก โดยสร้างรังด้วยใบอ้อ ใบพงหรือกิ่งไม้เล็กๆ แบบหยาบๆ เป็นกลุ่ม เพื่อช่วยกันระวังภัยและหาอาหารอยู่ตามบึงหรือทุ่งนา เช่น ปลา กบ เขียด กุ้ง หอย ปู แมลง หนู และจุลินทรีย์อินทรีย์ต่างๆ ทั้งหมดเหล่านี้ พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกท่านที่มาเที่ยวใน บึงฉวากและจะบันทึกอยู่เป็นความ

ทรงจำที่สวยงามของทุกท่านตลอดไป นานเท่านาน ปัจจุบัน บึงฉวากได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หรือ Underwater World ซึ่งเป็นโครงการเกิดพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 เมื่อปี พ.ศ. 2539 ภายในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงฉวาก ได้รับการแบ่งโซนแสดงพันธุ์สัตว์น้ำออกเป็น 2 หลัง โดยหลังที่หนึ่งจะจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำจืด และน้ำเค็มที่น่าสนใจ ไปจนถึงพันธุ์ปลาที่หาดูได้ยากในประเทศไทย ซึ่งก็มีทั้ง ปลาบึก ปลาหม้า ปลาเสือตอ ฯลฯ รวมถึงปลาสวยงามชนิดต่างๆ อีกมากมาย ที่บางตัวก็มีรูปร่างประหลาดและเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยว ให้มาออกันอยู่น่าดูกระจุกอย่างไม่วางวัน

ส่วนอาคารหลังที่สอง นักท่องเที่ยวจะได้พบกับตู้ปลาขนาดใหญ่ที่บรรจุน้ำได้ถึง 400 ลูกบาศก์เมตร โดยมีอุโมงค์ยาวประมาณ 8.5 เมตร ซึ่งเป็นอุโมงค์ปลาน้ำจืดแห่งแรกของประเทศไทยโดยภายในอุโมงค์จะมีพันธุ์ปลาน้ำจืดให้ศึกษาว่า 22 สายพันธุ์เลยทีเดียว เป็นต้นว่า ปลาบึกขนาดใหญ่ ที่แว้วว่ายอวดความงามให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพไปเป็นที่ระลึก รวมถึงการแสดงการให้อาหารปลาโดยนักประดาน้ำหญิงให้นักท่องเที่ยวได้ชมทุกวัน นอกจากนี้ในส่วนโซนที่ 2 ของอาคารหลังนี้ ยังมีตู้ปลาขนาด 1 ตัน อีก 30 ตู้ และมีปลาสีสันสวยงาม รวมถึงปลารูปปร่างแปลกอีกกว่า 60 ชนิดให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน อาทิ ปลาไหลไฟฟ้า ปลากลับหัว ฯลฯ

การเดินทาง

สายตลิ่งชัน – สุพรรณบุรี (ทางหลวงหมายเลข 340) ระยะทางจากกรุงเทพฯ ประมาณ 160 กิโลเมตร เมื่อถึงอำเภอบางนางบวช สามารถเข้าได้ 2 ทาง คือ

1. บนทางหลวงหมายเลข 340 กิโลเมตรที่ 147 ด้านซ้ายมือ จะมีป้ายทางเข้าบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ และทางเข้าวัดเดิมบาง ให้เลี้ยวซ้ายเข้าถนนซอยข้างวัด ข้ามแม่น้ำแล้วตรงไปเรื่อยๆ เมื่อถึง สามแยกตัดกับถนนเลียบคลองชลประทานให้เลี้ยวขวาไปตามถนนจนพบสะพานข้ามคลองชลประทานด้านซ้ายมือให้เลี้ยวซ้ายข้ามสะพานแล้ว ตรงไปเรื่อยๆ จะถึงบึงฉวาก
2. บนทางหลวงหมายเลข 340 กิโลเมตรที่ 151 ด้านซ้ายมือ จะมีป้ายทางเข้าบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ให้เลี้ยวซ้ายเข้าถนนข้าม สะพานบึงฉวากแล้วตรงไปเรื่อยๆ เมื่อถึงสามแยกตัดกับถนนเลียบคลอง ชลประทานให้เลี้ยวขวา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

โบธา (Botha, 1981: 783-784A) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การบริหารงานอุทยานและนันทนาการสำหรับชุมชนในแอฟริกาใต้ โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน วนอุทยานในแอฟริกาใต้ โดยถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 คน พบว่า การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกมีปัญหาในด้านงบประมาณมีจำกัดในแต่ละอุทยาน และถ้าอุทยานใดมีงบประมาณน้อยก็จะส่งผลให้อุทยานแห่งนั้นมีคุณภาพต่ำไปด้วย ดังนั้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวควรมีมาตรการในการแก้ไขตามความเหมาะสม เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะ

ปริมาณของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ การเพิ่มค่าธรรมเนียมต่างๆเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการลงทุนของเอกชน เป็นต้น

เดลีโอ (Deleo. 1983: 36-38A) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในหน้าที่การงานและความพึงพอใจในการใช้เวลาว่างของผู้บริหารนั้นทนทางการของเทศบาลในรัฐนิวอิงแลนด์ สหรัฐอเมริกา โดยสำรวจผู้บริหารระดับผู้อำนวยการของหน่วยงานนั้นทนทางการของเทศบาล ในรัฐนั้น จำนวน 285 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ พบว่า มีความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจ ในหน้าที่การงาน กับความพึงพอใจในการใช้เวลาว่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 ในด้านการบริหารสังคม สมฤทธิผล ความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรม และความรับผิดชอบ คือ แหล่งสำคัญสูงสุด 5 ประการของความพึงพอใจในหน้าที่การงานและเวลาว่าง และมีความพึงพอใจในเวลาว่างมากกว่าความพึงพอใจ

อีไลน์ (Ealine. 1984: 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนั้นทนทางการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์กประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยวจำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการ การนั้นทนทางการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่า ประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนั้นทนทางการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งด้านสภาพพื้นที่และนั้นทนทางการ รองลงมา ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา สำหรับความคิดเห็นทั่วไป มีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้ให้บริการ การรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

ฮอลล์ (Hall. 1989: 47) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องลักษณะการใช้บริการ ในบิวฟิตเนส (Beau Fitness) และแอโรบิค เซ็นเตอร์ (Aerobic Center) โดยศึกษากับประชากร อันจะก่อให้เกิดความรู้เพื่อช่วยให้สถานบริการมีการพัฒนามากขึ้น และเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถานบริการด้านนี้ให้แก่บุคคลทั่วไปมากขึ้น สถานบริการทั้งสองแห่งอยู่ในเมืองฟินิกซ์ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเก็บจากสถานบริการทั้งสองนี้ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน

ปาร์คเกอร์ (Parker. 1999: 1118-1119-A) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยองเกอร์ (Younger) มลรัฐนิวยอร์กที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในสถานที่ท่องเที่ยว โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน อายุระหว่าง 12-20 ปี จำนวน 480 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 12-20 ปี และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยพิจารณาที่เกณฑ์ความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในสถานที่ท่องเที่ยวถูกต้องมากที่สุด จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยในประเทศ

ประกาศิต สุวรรณชฎ และคณะ (2541: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกโครงการ Amazing Thailand 1990-1999 พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะทั้ง 8 ด้าน คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม สาธารณูปโภค สินค้าและบริการ สถานที่พัก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ลักษณะของประชากรในท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก สูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินต่ำสุด นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อลักษณะของประชากรในท้องถิ่นต่ำสุด

ศศิธร สามารถ (2545: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมในโรงแรม ใช้เวลาว่างในวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทาง ชอบกิจกรรมดำน้ำ/ชมปะการัง จำนวนเงินที่ใช้ระหว่างท่องเที่ยว 4,001-5,000 บาท สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว พักอยู่ในกระบี่ประมาณ 3-5 วัน มีความตั้งใจว่าในอนาคตจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อีกอย่างแน่นอน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พึงพอใจกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน และพฤติกรรมที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

เลิศวลีภรณ์ อรุณชัยรัตน์ (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของผู้ใช้บริการสวนวชิรเบญจทัศ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบุคลากร ด้านการจัดและดำเนินการ มีความพึงพอใจในระดับมาก

จากเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ผู้วิจัยใช้ความรู้ที่ได้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นในด้าน การให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการรับรู้ข่าวสาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกับการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี เฉลี่ยในปี พ.ศ.2551 จำนวน 207,811 คน (ข้อมูลจากศูนย์ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ตารางประมาณกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, & Morgan 1970: 610) โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่ประชากรไม่จำกัด (∞) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตามเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ

ตอนที่ 2 : เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แบ่งเป็นความคิดเห็น 5 ด้านคือ ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการรับรู้ข่าวสารเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคอร์ท์

(Likert scale) ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุดโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

ในการประเมินข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) แสดงระดับค่าเฉลี่ย โดยโดยมีความกว้างอัตราภาคขั้นแต่ละขั้นเท่ากับ 0.80 โดยมีการแปลความหมายดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2544: 39)

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความสำคัญจากคะแนนคำตอบ

4.21 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 : เป็นข้อเสนอแนะใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open ended) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารและบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นคำถามที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ ที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของคณะกรรมการที่ควบคุมปริญญาโทไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาตัดสินเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC (Index of consistency) มากกว่า .5 มาใช้ในการศึกษา

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try Out) กับนักท่องเที่ยงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (∞ - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach. 1970: 161) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.86

6. นำแบบสอบถามที่ได้มาให้คณะกรรมการผู้ควบคุมตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

7. นำแบบสอบถามที่ได้มาจัดพิมพ์ เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวบึงฉวากเพื่อแนะนำตัวชี้แจง เกี่ยวกับงานวิจัยและขออนุญาตให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล
2. นำหนังสือไปติดต่อประสานงาน พร้อมทั้งกำหนดวันเวลา ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
4. ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม โดยตรวจสอบข้อที่ยังไม่ได้ตอบให้ผู้วิจัยสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน
5. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม มาดำเนินการวิเคราะห์และประมวลผล (ปัญญา ชีระวิทย์เลิศ. 2545) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดระบบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่เป็นคำถามปลายปิดมาลงรหัส (Code) แล้วนำข้อมูลไปลงในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
4. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและดำเนินการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
5. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่า ที่ (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มได้แก่ เพศ และทดสอบค่า เอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไปได้แก่ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ทดสอบสมมติฐานในข้อ 2 ถ้าพบว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่อีกครั้งหนึ่งในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบ

ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significance Different's Method) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

6. นำข้อมูลตอนที่ 3 นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์อักษรย่อและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้สัญลักษณ์และอักษรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว (Mean of squares)
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ (Degree of freedom)
P	แทน	ความน่าจะเป็น (Probability)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังต่อไปนี้

- ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
- ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความ

แตกต่างกันรายคู่โดยวิธีของ LSD (Least Significane Different's Method) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3. ข้อมูลในตอนที 3 นำมาสรุปแต่ละด้านแล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงความถี่และแปลงเป็นค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ที่มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไป

	ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการ	จำนวน(n)	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	188	47.00
	หญิง	212	53.00
	รวม	400	100.00
2.อายุ	อายุระหว่าง 15-25 ปี	110	27.50
	อายุระหว่าง 26-35 ปี	120	30.00
	อายุระหว่าง 36-45 ปี	92	23.00
	อายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป	78	19.50
	รวม	400	100.00
3.ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	171	42.80
	ปริญญาตรี	170	42.40
	สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.80
	รวม	400	100.00
4.อาชีพ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	94	23.40
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	25.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	71	17.80
	ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว	81	20.30
	อื่นๆ	54	13.50
	รวม	400	100.00
5.รายได้	รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท	79	19.70
	รายได้ 5,001-10,000 บาท	116	29.00
	รายได้ 10,001-15,000 บาท	80	20.00
	รายได้ 15,001-20,000 บาท	56	14.00
	รายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	69	17.30
	รวม	400	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรอิสระได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 188 คนคิดเป็นร้อยละ 47.00 และเป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 212 คนคิดเป็นร้อยละ 53.00

2. นักท่องเที่ยวที่มี อายุระหว่าง 26-35 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 120 คนคิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 15-25 ปี มีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 27.50 อายุระหว่าง 36-45 ปี มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน คิดเป็นร้อยละ 19.50

3. นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีมีมากที่สุดคือจำนวน 171 คนคิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาได้แก่ปริญญาตรีมีจำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.50 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี 59 คนคิดเป็นร้อยละ 14.80

4. นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีมากที่สุดคือจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 23.50 ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 20.30 พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 17.80 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อื่นๆจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 13.50

5. นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ 5,001-10,000 บาทมีมากที่สุดคือจำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาคือรายได้ 10,001-15,000 บาทมีจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทมีจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 19.80 รายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 17.30 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือรายได้ 15,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 14.00

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม รายด้านและรายข้อ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังปรากฏในตาราง

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนินการ (n = 400)

ด้านการจัดการและดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.ระยะเวลาการเปิด-ปิดการให้บริการ	4.06	0.67	มาก
2.อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการโดยรวมของทุกประเภทกิจกรรม	3.57	0.94	มาก
3.การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงาน โดยทั่วไป	3.80	0.78	มาก
4.การจัดการบริเวณที่จอดรถที่มีจำนวนเพียงพอ	3.85	0.78	มาก
5.การรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่ จัดกิจกรรม	3.95	0.72	มาก
6.การจัด ตกแต่งสถานที่ให้นำใช้บริการ	4.07	0.73	มาก
7.การประชาสัมพันธ์สถานที่ต่างๆภายในบึงฉวากอย่างชัดเจน	3.89	0.76	มาก
8.เจ้าหน้าที่ที่ให้คำแนะนำภายในบึงฉวากและสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสุพรรณบุรี	3.83	0.83	มาก
9.มีการสำรวจ ติดตาม และประเมินผลการจัดและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	3.74	0.82	มาก
10.การจัดแบ่งพื้นที่แต่ละส่วนนั้นมีความเหมาะสม	3.90	0.78	มาก
รวม	3.86	0.46	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนินการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 3 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (n = 400)

ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.สถานที่ที่มีความร่มรื่น สวยงาม	4.28	0.72	มากที่สุด
2.สถานที่ที่มีความสะอาด	4.11	0.72	มาก
3.ห้องสุขาที่มีเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	3.91	0.74	มาก
4.ร้านค้าที่มีบริการอย่างเพียงพอ	3.71	0.77	มาก
5.สถานที่ที่มีความแข็งแรงปลอดภัย	4.04	0.70	มาก
6.ป้ายแนะนำให้ความรู้ มีความเหมาะสม ชัดเจน	3.88	0.75	มาก
7.สถานที่จอดรถที่มีเพียงพอ	3.78	0.77	มาก
8.จุดนั่งพักผ่อนที่มีจำนวนเพียงพอ	3.84	0.81	มาก
9.ได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด	4.03	0.79	มาก
10.การจัดการด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเหมาะสม	3.94	0.73	มาก
รวม	3.95	0.47	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อ 1.สถานที่ที่มีความร่มรื่น สวยงาม ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.72) นอกนั้นทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
 ด้านบุคลากร (n = 400)

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ	3.89	0.79	มาก
2.เจ้าหน้าที่ที่มีความยิ้มแย้มและเต็มใจในการให้บริการ	3.89	0.74	มาก
3.เจ้าหน้าที่ที่แต่งกายสะอาดและสุภาพ	3.91	0.75	มาก
4.เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวกิจกรรมเป็นอย่างดี	3.75	0.75	มาก
5.เจ้าหน้าที่ที่มีมารยาทและใช้คำพูดสุภาพ	3.85	0.78	มาก
6.เจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ได้อย่างรวดเร็ว	3.76	0.78	มาก
7.เจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นกันเองและเต็มใจในการให้บริการ	3.83	0.79	มาก
8.เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น	3.74	0.81	มาก
9.ท่านพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่ดูแลความปลอดภัย	3.81	0.78	มาก
10.เจ้าหน้าที่มีคุณธรรมและจริยธรรม	3.80	0.80	มาก
รวม	3.82	0.54	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (n = 400)

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังบึงฉวาก	3.99	0.79	มาก
2.การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่มีภายในบึงฉวาก	3.99	0.72	มาก
3.ป้ายหรือการโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมภายในบึงฉวาก	3.86	0.85	มาก
4.การประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายใน จ.สุพรรณบุรี	3.83	0.89	มาก
5.มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่องของบึงฉวาก	3.81	0.87	มาก
6.สามารถค้นหาข้อมูลบึงฉวากจากสื่อต่างๆได้	3.87	0.86	มาก
7.ท่านพึงพอใจต่อตัว Mascot หรือตัว นำโชคภายในบึงฉวาก	3.74	0.88	มาก
8.การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์	3.49	1.17	มาก
9.การโฆษณาผ่านสื่อทางหนังสือพิมพ์	3.40	1.18	ปานกลาง
10.การโฆษณาผ่านสื่อทางนิตยสาร	3.43	1.17	มาก
รวม	3.74	0.64	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อ 9. การโฆษณาผ่านสื่อทางหนังสือพิมพ์ ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 1.18) นอกนั้นทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
ด้านการรับรู้ข่าวสาร (n = 400)

ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.จากครอบครัว	3.86	1.05	มาก
2.จากเพื่อน	3.84	0.91	มาก
3.จากหนังสือพิมพ์	3.29	1.19	ปานกลาง
4.จากโทรทัศน์	3.24	1.22	ปานกลาง
5.จากวิทยุ	3.01	1.24	ปานกลาง
6.จากอินเทอร์เน็ต	3.48	1.26	มาก
7.จากแผ่นพับ	3.31	1.06	ปานกลาง
8.จากแผ่นป้ายโฆษณา	3.54	0.99	มาก
9.จากข้อความ sms	2.64	1.27	ปานกลาง
10.จากข้อความ mms	2.60	1.24	น้อย
รวม	3.28	0.81	ปานกลาง

จากตาราง 6 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากอยู่ในระดับมากได้แก่ ข้อ 1. จากครอบครัว ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 1.05) ข้อ 2. จากเพื่อน ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.91) ข้อ 6. จากอินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 3.48$, S.D. = 1.26) ข้อ 8. จากแผ่นป้ายโฆษณา ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 0.99) และข้อที่มีระดับความพึงพอใจน้อยได้แก่ ข้อ 10. จากข้อความ mms ($\bar{x} = 2.60$, S.D. = 1.24) นอกนั้นทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 7 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจของ
 นักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
 โดยรวมทุกด้านและเป็นรายด้าน (n = 400)

การจัดและบริการ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.ด้านการจัดการและดำเนินการ	3.86	0.46	มาก
2.ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.95	0.47	มาก
3.ด้านบุคลากร	3.82	0.54	มาก
4.ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.74	0.64	มาก
5.ด้านการรับรู้ข่าวสาร	3.28	0.81	ปานกลาง
รวม	3.73	0.47	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวาก
 เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = 0.47) เมื่อ
 พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านการจัดและบริการอยู่ในระดับ
 ปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.81) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
โดยรวมทุกด้านและเป็นรายด้าน (n = 400)

การจัดและบริการ	ชาย			หญิง		
	\bar{x}	S.D.	ความหมาย	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการจัดการและดำเนินการ	3.91	0.43	มาก	3.82	0.48	มาก
2. ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.45	มาก	3.96	0.48	มาก
3. ด้านบุคลากร	3.89	0.52	มาก	3.75	0.55	มาก
4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.77	0.65	มาก	3.70	0.62	มาก
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	3.34	0.83	ปานกลาง	3.22	0.79	ปานกลาง
รวม	3.77	0.47	มาก	3.69	0.46	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวาก
เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรเพศ

เพศชาย โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.83)
นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เพศหญิง โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.79)
นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 9 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอายุ

อายุระหว่าง 15-25 ปีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.79, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.28, S.D. = 0.81) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อายุระหว่าง 26-35 ปีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.71, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.28, S.D. = 0.78) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อายุระหว่าง 36-45 ปีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.69, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.35, S.D. = 0.81) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.71, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.19, S.D. = 0.88) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 10 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.21$, S.D. = 0.81) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ปริญญาตรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$, S.D. = 0.79) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

สูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 11 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอาชีพ

นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.23$, S.D. = 0.83) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$, S.D. = 0.77) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

พนักงานบริษัทเอกชน โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.78) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.16$, S.D. = 0.86) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อื่นๆ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 12 แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรรายได้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.87) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

รายได้ตั้งแต่ 5,001-10,000 บาท โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.76) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

รายได้ตั้งแต่ 10,001-15,000 บาท โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 0.84) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

รายได้ตั้งแต่ 15,001-20,000 บาท โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 0.77) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

รายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.07$, S.D. = 0.82) นอกนั้นทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรเพศ (n = 400)

การจัดและบริการ	ชาย(n=188)		หญิง(n=212)		t	p
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านการจัดการและดำเนินการ	3.91	0.43	3.82	0.48	1.95	0.52
2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.45	3.96	0.48	-0.70	0.23
3. ด้านบุคลากร	3.89	0.52	3.75	0.55	2.55	0.33
4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.77	0.65	3.70	0.62	1.07	0.54
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	3.34	0.83	3.22	0.79	1.36	0.23
รวม	3.77	0.47	3.69	0.46	1.59	0.93

จากตาราง 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอายุ (n = 400)

การจัดและบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการจัดการและดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.83	0.27	1.27	0.28
	ภายในกลุ่ม	396	85.67	0.21		
	รวม	399	86.50			
2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	2.17	0.72	3.32	0.02*
	ภายในกลุ่ม	396	86.45	0.21		
	รวม	399	88.63			
3. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.96	0.32	1.08	0.35
	ภายในกลุ่ม	396	117.41	0.29		
	รวม	399	118.37			
4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.33	0.44	1.08	0.35
	ภายในกลุ่ม	396	162.55	0.41		
	รวม	399	163.88			
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	1.05	0.35	0.52	0.66
	ภายในกลุ่ม	396	264.52	0.66		
	รวม	399	265.58			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.63	0.21	0.94	0.41
	ภายในกลุ่ม	396	88.00	0.22		
	รวม	399	88.63			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตาราง 14 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2 จึงทำการทดสอบความแตกต่างป็นรายคู่

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉาภุมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และ
สิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามอายุ

การจัดและบริการ	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ	อายุ 46 ปีขึ้นไป
		ระหว่าง 15-25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	
ด้านอุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก	อายุระหว่าง 15-25 ปี	-	0.115	0.199*	0.051
	อายุระหว่าง 26-35 ปี	-	-	0.083	0.064
	อายุระหว่าง 36-45 ปี	-	-	-	-0.147*
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉาภุมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอายุ ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดและบริการในบึง
ฉวาจากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรระดับการศึกษา (n = 400)

การจัดและบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการจัดการและ ดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.74	0.87	4.09	0.017*
	ภายในกลุ่ม	397	84.76	0.21		
	รวม	399	86.50			
2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.27	0.63	2.90	0.056
	ภายในกลุ่ม	397	87.35	0.22		
	รวม	399	88.62			
3. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.58	0.79	2.69	0.69
	ภายในกลุ่ม	397	116.79	0.29		
	รวม	399	118.37			
4. ด้านการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.28	1.64	4.05	0.18*
	ภายในกลุ่ม	397	160.60	0.4		
	รวม	399	163.88			
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	8.53	4.26	6.59	0.02*
	ภายในกลุ่ม	397	257.04	0.64		
	รวม	399	265.57			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.36	1.18	5.43	0.005*
	ภายในกลุ่ม	397	86.27	0.21		
	รวม	399	88.63			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัด
และบริการในบึงฉวาจากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านทุกด้านแตกต่างกันอย่าง
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดการและดำเนินการ
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ข่าวสาร นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจแตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 3 จึงทำการทดสอบ
ความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 17 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนิ
การ จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดและบริการ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านการจัดการและ ดำเนินการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.102*	-0.079
	ปริญญาตรี	-	-	-0.181*
	สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการจัดการและดำเนินการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณา
และประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดและบริการ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านการจัดการและ ดำเนินการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.09	-0.181
	ปริญญาตรี	-	-	-0.272*
	สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดและบริการในบึงวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดและบริการในบึงวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสารจำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดและบริการ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านการจัดการและดำเนินการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-0.016	-0.419*
	ปริญญาตรี	-	-	-0.403*
	สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดและบริการในบึงวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการรับรู้ข่าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยงที่มีระดับ การศึกษาต่ำปริญญาตรี และการศึกษาระดับ ปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านจำแนกตาม
ระดับการศึกษา

การจัดและบริการ	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
โดยรวมทุกด้าน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.078	-.152*
	ปริญญาตรี	-	-	-.230*
	สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมทุกด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาต่ำปริญญาตรี และการศึกษาระดับ ปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรอาชีพ (n = 400)

การจัดและบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการจัดการและดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.67	0.66	3.14	0.015*
	ภายในกลุ่ม	395	83.83	0.21		
	รวม	399	86.50			
2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.93	0.48	2.20	0.067
	ภายในกลุ่ม	395	86.69	0.21		
	รวม	399	88.62			
3. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	3.00	0.75	2.57	0.037*
	ภายในกลุ่ม	395	115.37	0.29		
	รวม	399	118.37			
4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.08	1.02	2.52	0.041*
	ภายในกลุ่ม	395	159.80	0.40		
	รวม	399	163.88			
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	15.26	3.81	6.02	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	250.31	0.63		
	รวม	399	265.57			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.96	0.74	3.41	0.009*
	ภายในกลุ่ม	395	85.67	0.21		
	รวม	399	88.63			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านทุกด้านแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ข่าวสาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 4 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการจัดการและดำเนิ
การ จำแนกตามอาชีพ

การจัดและ บริการ	อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	-	.189*	.198*	.161*	0.05
ด้านการ จัดการและ ดำเนินการ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	-	0.009	-0.027	-0.139
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-		-0.037	-0.148
	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-	-	-0.111
	อื่นๆ	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการจัดการและดำเนินการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

การจัดและ บริการ	อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ด้านบุคลากร	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	-	.169*	.110	.199*	-.019
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	-	-.058	.030	-.188*
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	.089	-.129
	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-	-	-.219*
	อื่นๆ	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 24 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการโฆษณา
และประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ

การจัดและ บริการ	อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ด้านการ โฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	-	.092	.002	.163	-.168
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	-	-.089	.070	-.260*
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	.160	-.170
	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-	-	-.331*
	อื่นๆ	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 25 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ข่าวสาร จำแนก
ตามอาชีพ

การจัดและ บริการ	อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ด้านการรับรู้ ข่าวสาร	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	-	.089	-.075	.068	-.519*
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	-	-.164	-.020	-.608*
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	.144	-.443*
	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-	-	-.588*
	อื่นๆ	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ ด้านการรับรู้ข่าวสาร นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่เป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้าน จำแนก
ตามอาชีพ

ความพึง พอใจของ นักท่องเที่ยว	อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
โดยรวม ทุกด้าน	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	-	.131	.081	.154*	-.099
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	-	-.049	.023	-.230*
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-	-	-	.073	-.180*
	ค้าขายหรือ ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	-	-	-	-	-.253*
	อื่นๆ	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยรวมทุกด้านนักท่องเที่ยวที่มีเป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจแตกต่าง กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ อื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามตัวแปรรายได้ (n = 400)

การจัดและบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านการจัดการและดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.98	.49	2.31	.057
	ภายในกลุ่ม	395	84.52	.21		
	รวม	399	86.50			
2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	2.13	.53	2.43	.047*
	ภายในกลุ่ม	395	86.50	.21		
	รวม	399	88.63			
3. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4	2.11	.52	1.79	.128
	ภายในกลุ่ม	395	116.26	.29		
	รวม	399	118.37			
4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.95	.48	1.18	.315
	ภายในกลุ่ม	395	161.93	.41		
	รวม	399	163.88			
5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4	3.87	.96	1.46	.213
	ภายในกลุ่ม	395	261.71	.66		
	รวม	399	265.58			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.90	.47	2.17	.071
	ภายในกลุ่ม	395	86.72	.22		
	รวม	399	88.62			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 5 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ
จัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านอุปกรณ์ สถานที่และ
สิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายได้

การจัดและ บริการ	รายได้	รายได้ต่ำ กว่า 5,000 บาท	รายได้ 5,001- 10,000 บาท	รายได้ 10,001- 15,000 บาท	รายได้ 15,001- 20,000 บาท	รายได้ ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป
	รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท	-	.091	.152*	.175*	.205*
	รายได้ 5,001- 10,000 บาท	-	-	.060	.083	.113
ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก	รายได้ 10,001- 15,000 บาท	-	-	-	.022	.053
	รายได้ 15,001- 20,000 บาท	-	-	-	-	.030
	รายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามรายได้ ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยว ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจแตกต่าง กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตอนที่ 4 รวบรวมข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรีดังนี้

ด้านการจัดการและดำเนินการ

1. ควรมีการชี้แจงถึงอัตราค่าใช้บริการของสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำอย่างชัดเจน
2. สถานที่จอดรถบริเวณสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ควรมีการจัดให้เป็นระบบมากกว่านี้
3. สถานที่จอดรถบริเวณสวนสัตว์ควรมีมากกว่านี้
4. ราคาในการเข้าชมสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ยังมีราคาแพงอยู่
5. น่าจะมีต้นไม้ใหญ่ให้มากกว่านี้ บริเวณสวนผักพื้นบ้าน

ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

1. ควรทำทางเชื่อมระหว่างสวนสัตว์กับสวนผักพื้นบ้านให้ร่มรื่น เหมือนกับทางระหว่างสวนผักพื้นบ้านเดินไปยังสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ
2. ห้องสุขา ยังไม่มีการดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาดเท่าที่ควร
3. ควรมีการตรวจเช็คสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมแก่การใช้งานอยู่เสมอ

ด้านบุคลากร

1. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพดีอยู่แล้ว
2. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่คอยให้คำแนะนำประจำแต่ละจุดด้วย

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

1. น่าจะมีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์บ้าง
2. ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรีมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และด้านการรับรู้ข่าวสาร ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องอันเป็นข้อมูลในการนำไปปรับปรุงการบริการและการจัดกิจกรรมนันทนาการให้ตรงต่อความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการมากที่สุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปศึกษาค้นคว้าต่อไป

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการใน บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี เฉลี่ยในปี พ.ศ.2551 จำนวน 207,811 คน (ข้อมูลจากศูนย์ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ตารางประมาณกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan 1970: 610) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ที่ประชากรไม่จำกัด (∞) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาและอาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แบ่งเป็นความคิดเห็น 5 ด้านคือ ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการรับรู้ข่าวสารเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคอร์ท (Likert scale) ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุดโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค. 2544: 39)

- | | | | |
|---|-------|---------|------------|
| 5 | คะแนน | หมายถึง | มากที่สุด |
| 4 | คะแนน | หมายถึง | มาก |
| 3 | คะแนน | หมายถึง | ปานกลาง |
| 2 | คะแนน | หมายถึง | น้อย |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | น้อยที่สุด |

ในการประเมินข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) แสดงระดับค่าเฉลี่ย โดยโดยมีความกว้างอัตราภาคขั้นแต่ละขั้นเท่ากับ 0.80 โดยมีการแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความสำคัญจากคะแนนคำตอบ

- 4.21 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
 3.41 – 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจระดับมาก
 2.61 – 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจระดับปานกลาง
 1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อย
 1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open ended) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวบึงฉวากเพื่อแนะนำตัวชี้แจง เกี่ยวกับงานวิจัยและขออนุญาตให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล
2. นำหนังสือไปติดต่อประสานงาน พร้อมทั้งกำหนดวันเวลา ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
4. ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถาม โดยตรวจสอบข้อที่ยังไม่ได้ตอบให้ผู้วิจัยสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน
5. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม มาดำเนินการวิเคราะห์และประมวลผล (ปัญหา ชีระวิทย์เลิศ. 2545) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำมาวิเคราะห์
2. นำข้อมูลตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
3. นำข้อมูลตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายด้านและรายข้อ
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่า ที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ และทดสอบหาค่า เอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ถ้าพบว่าข้อมูลมีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต้องทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่อีกครั้ง โดยใช้วิธีการ LSD (Least Significance Different's Method) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

5. นำข้อมูลตอนที่ 3 นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปแบบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน สรุปผลได้ดังนี้

1.1 เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 212 คนคิดเป็นร้อยละ 53.00 และเพศชายจำนวน 188 คนคิดเป็นร้อยละ 47.00

1.2 อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 120 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 15-25 ปีมีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 27.50 อายุระหว่าง 36-45 ปีมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปมีจำนวน คิดเป็นร้อยละ 19.50

1.3 ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีมากที่สุดคือจำนวน 171 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาคือปริญญาตรีมีจำนวน 170 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.50 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี 59 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.80

1.4 อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีมากที่สุดคือจำนวน 100 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 94 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.50 ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 81 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.30 พนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวน 71 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.80 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อื่นๆจำนวน 54 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.50

1.5 รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทมีมากที่สุดคือจำนวน 116 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาคือรายได้ 10,001-15,000 บาทมีจำนวน 80 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทมีจำนวน 79 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 19.80 รายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 69 คนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.30 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือรายได้ 15,001-20,000 บาทซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.00

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.73, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการและดำเนินการ (\bar{x} = 3.86, S.D. = 0.46) ด้านอุปกรณ์สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (\bar{x} = 3.95, S.D. = 0.47) ด้านบุคลากร (\bar{x} = 3.82, S.D. =

0.54) ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์(\bar{x} = 3.74, S.D. = 0.64) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรับรู้ข่าวสาร(\bar{x} = 3.28, S.D. = 0.81) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีต่อการจัดและบริการจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ไม่แตกต่างกัน

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

3.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

3.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

3.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากที่ได้สรุปผลมาข้างต้น ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทางบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติเองนั้นได้มีการวางแผนในการบริหารไว้เป็นอย่างดี ทำให้ขั้นตอนในการดำเนินงานนั้นมีความชัดเจน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานก็สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการจัดการและดำเนินการ ด้านอุปกรณ์สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทางบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติเองนั้น ได้มีการจัดการอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบุคลากร และมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทุกด้านมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในส่วนด้านการรับรู้ข่าวสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่ได้รับทราบข้อมูลของบึงฉวากส่วนใหญ่ นั้นจะได้รับข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิด และทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ทำให้การรับรู้ข่าวสารของบึงฉวากยังอยู่ในวงที่แคบอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของวิมลวรรณ สุชีบุตร (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด พบว่า

นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับมาก

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติไม่แตกต่างกัน ตามที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กิจกรรมที่ทางบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติเองนั้นเป็นกิจกรรมที่หลากหลายเพียงพอที่จะเลือกเข้าร่วมได้ตามความพอใจ ทั้งเพศชาย และเพศหญิง จึงส่งผลให้มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิ จิตละ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของอุทยานการเรียนรู้ต้นแบบ สังกัดสำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของอุทยานการเรียนรู้ต้นแบบ ไม่แตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในแต่ละช่วงของอายุนั้นก็มีความต้องการที่จะใช้บริการกิจกรรมนันทนาการที่ต่างกันออกไป จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีภาวะอารมณ์ในการตัดสินใจ รวมทั้งความพึงพอใจแตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เลิศวลีภรณ์ อรุณชัยรัตน์ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของผู้ใช้บริการสวนวชิรเบญจทัศ พบว่าผู้บริการสวนวชิรเบญจทัศที่มีอายุต่างกันและความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ แตกต่างกัน

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ระดับการศึกษานั้นมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่ได้รับจากบรรยากาศโดยรวม สภาพแวดล้อม และการบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงอาจซึบซับกับบรรยากาศของสถานที่นั้นและสามารถนำกลับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาไม่สูงมากนัก อาจจะได้เพียงความสนุกสนาน และตื่นเต้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สาทิศย์ จีนาภักดิ์ (2550: บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ภาระหน้าที่ของแต่ละบุคคลนั้นก็มีความรับผิดชอบที่ต่างกัน ประสบการณ์จากการทำงานก็เช่นเดียวกัน อาจจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สิริจิตตรา ฤกษ์ปาย (2550: บทคัดย่อ) ความ

คิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 5 ตามที่ได้ตั้งไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า รายได้ของแต่ละบุคคลนั้นย่อมมีผลต่อการบริหารจัดการตนเอง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากสามารถที่จะกล้าตัดสินใจที่จะใช้บริการ ก็ต้องมีความคาดหวังสูง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการก็จะยังไม่ค่อยกล้าตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ประสิทธิ์ อังพิสิฐ (2548) ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุและรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการจัดการและดำเนินการ สถานที่จอดรถควรที่จะมีการบริหารจัดการให้ดีกว่านี้ ควรที่จะมีการรับสมัครสมาชิกของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ อัตราค่าบริการน่าจะมีความเหมาะสมมากกว่านี้ เนื่องจากว่าอัตราค่าบริการบางจุดนั้นยังมราคาที่สูงอยู่ รวมทั้งต้นไม้ที่ให้ความร่มรื่น ควรที่จะปลูกมากกว่านี้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น อีกทั้งควรมีการสำรวจติดตาม และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านอุปกรณ์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่บางแห่งนั้น นักท่องเที่ยวที่เป็นคนพิการยังไม่สามารถที่จะเข้าไปเที่ยวชมได้อย่างเต็มที่ ในทางเดินเชื่อมระหว่างสวนสัตว์ไปยังสวนผักพื้นบ้านควรทำให้ร่มรื่นมากกว่านี้รวมถึงไปถึงสถานที่ที่นั่งพักผ่อนควรที่จะมีเพิ่มให้มากกว่านี้ ในบางจุดนั้นก็ควรที่จะเพิ่มต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น ห้องน้ำก็ควรที่จะมีการดูแลรักษาให้สะอาดอยู่ตลอดเวลา และในการทํางานนั้นควรมีการตรวจเช็คสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมแก่การใช้งานอยู่เสมอ

3. ด้านบุคลากร โดยรวมนั้นมีการให้บริการที่ดีอยู่แล้ว แต่น่าจะเพิ่มเจ้าหน้าที่เข้าไปในจุดที่มีนักท่องเที่ยวมากเพื่อคอยอำนวยความสะดวก

4. ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภายในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ยังไม่ดีเท่าที่ควร แผนป้ายโฆษณาบางจุดนั้นไม่มีความชัดเจน และยังไม่มีมีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร

5. ด้านการรับรู้ข่าวสาร ในการมาท่องเที่ยววันนี้ได้รับข้อมูลส่วนใหญ่มาจาก ทางครอบครัว เพื่อน และอินเทอร์เน็ต น่าจะมีการให้ข้อมูลในการมาท่องเที่ยวยังบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จากสื่อต่างๆให้มากกว่านี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของตัวแปรระหว่างกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่างสถานที่อื่นๆ ที่มีสภาพการจัดหรือธรรมชาติที่คล้ายคลึงกัน
3. ควรศึกษาถึงความต้องการกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ว่าต้องการให้มีการจัดกิจกรรมใดเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมป่าไม้. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2553.

จาก <http://www.forest.go.th/WEFCOM/Part2TAT.html>

กรมป่าไม้. ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก. สุพรรณบุรี. ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี. แผ่นพับ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวภาคกลางตอนบน*.

กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

----- (2542). *การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

กุลชน ธนาพงศ์ธร. (2530). *ประโยชน์และบริการเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล*

หน่วยงานที่ 8-15. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์. (2542). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถาน*

นุบาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (การบริการและนโยบายสวัสดิการสังคม).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

----- (2539). *จิตวิทยาการบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

จิตต์โสภิต มีระเกตุ; และอรรพผล วรณกิจ. (2546). *การพัฒนาศักยภาพครู อาจารย์*. จุฬาน

การท่องเที่ยว ปีที่ 22 ฉบับที่ 3. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จิราภรณ์ สงวนวงศ์. (2552). *การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*

ของจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยว

เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จาทูรนต์ ภัคดีวานิช. (2550). *การศึกษาคำคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว*

เพื่อการเรียนรู้ ณ ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์

กศ.ม. (การวิจัยและสถิติทางการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บึงฉวาก. *บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี*. สุพรรณบุรี: องค์การบริหาร

ส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี. แผ่นพับ.

- ประกาศิต สุวรรณชฎ; และคณะ. (2541). รายงานทางวิชาการ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประสิทธิ์ องพิสิฐ. (2548). ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ. (2545). ปฏิบัติการวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปาริฉัตร เวียรร์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณีสวนสยาม. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปิยะดา สีทองคำ. (2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดกิจกรรมธุรกิจนันทนาการของบริษัทในเครือ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญพัชร สุวรรณสนธิชัย. (2545). ทศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ไพบุลย์ คุ่มคำ. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์ จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พัชรินทร์ กวางอุเสน. (2550). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการเลือกซื้อยาใน แผนกยาระหว่างร้านบู๊ทกับร้านวัตสัน ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ภูวดล ชมบริสุทธิ์. (2546). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อการบริการว่าความ ของผู้ประกอบการวิชาชีพทนายความ จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2539). จิตวิทยาการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- มัลลิกา บุนนาค. (2544). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลิศวลีภรณ์ อรุณชัยรัตน์. (2549). ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของผู้ใช้บริการ สวนวชิรเบญจทัศ. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วัฒนา เพชรวงศ์. (2542). พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ"13" วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- วิภาวรรณ ปิ่นแก้ว. (2551). การศึกษาเพื่อเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเมือง จังหวัด เพชรบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิมลวรรณ สุทธิบุตร. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วัชรภรณ์ ระยับศรี. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วีระพล เอี่ยมโสภา. (2547). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม ซอปปิงคอมเพล็กซ์. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิพัชร์ เอี้ยวเจริญ. (2552). ความพึงพอใจของพนักงานบริษัท บีจีซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง ที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร สามารถ. (2545). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่. สารนิพนธ์ บท.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริรัตน์ โตสัมพันธ์มงคล. (2549). การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่าง ยั่งยืนในจังหวัดตาก. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่อ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- (2537). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.
- ศิริโสภาคย์ บุรพาเดช. (2528). จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- สาทิพย์ จีนาภักดิ์. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สิริจิตรา ฤกษ์ปาย. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุดาพร ชุติธรานนท์. (2542, เมษายน-มิถุนายน). "การท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการ" จุลสารการท่องเที่ยว. 18 (2) 39-53.
- สุธี จัตละ. (2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของอุทยานการเรียนรู้ต้นแบบ สังกัดสำนักบริหารและพัฒนางานความรู้. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส ; และดร.รชนี เอ็มพันธ์. (2545). รายงานการสัมมนาหัวหน้าอุทยานแห่งชาติทางทะเล เรื่อง แนวทางการจัดการอุทยานแห่งชาติทางทะเล. 19-21 กรกฎาคม 2538 ณ อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง. สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- สาทิพย์ จีนาภักดิ์. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานการเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. อุทยานผักพื้นบ้านเพื่อการยังชีพ เฉลิมพระเกียรติบึงฉวาก. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. แผ่นพับ.
- อดิศร ฉายแสง. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ปรินญาณิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อิทธิเทพ แอมยูนุช. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการภายในสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ เกียกกาย. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม.(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อภิวัฒน์ วีระเดโช. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น). ปรินญาณิพนธ์ วท.ม.(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ฤทัยรัตน์ รุ่งสว่าง.(2551). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- Berry, L.L., Zeithaml, V.A.; & Parasuraman, A. (1985, January). A conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing. Lssue 49*: 41-50.
- Botha, B. P. (1981, October). Park and Recreation Administration for Municipalities of South Africa : A Study of a Group Municipal Authorities. *Dissertation Abstracts International. 42*: 783-784A.
- Cronbach, Lee Joseph. (1970). *Essetial of psychological testing*. New York: Harper and Row.
- Deleo, Catherine Ann. (May. 1983) Interralationships between Job Satisfaction and Leisure Satisfaction for Municipal Recreation Directors in New England. *Dissertation Abstracts International. 43*; 3638A.
- Ealine, Ruth. (1984, April). Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York. *Dissertation abstracts International. 44(10)*: 1120-1128A.
- Hall, Dougluas. (1989, spring). *Beauvais'Fitness and Aerobic Center : Determinations of member Characteristics*. Values and Management references. Washington, D.C.: USDA Forest Survive.
- Hendee, J. C; & Others. (1984). *Wilderness User in the pacific Northwest : Their Characteristics, Value and Management Preferences*. Washington, D.C.: USDA Forest Service Research Paper PNW – 61.
- Hill, N. (1996). *Handbook of Customer Relation Measurement*. Hampschire: Grower House.
- Krejcie, Robert V; & Darly W. Morgan. (1970, March). Determining Sample Size for Research Activity. *Educational and Psychological Measurement. 30(3)*: 607-610
- Mill. Robert Christie. (1990). *Tourism the International Business*. New Jercy: Prentice Hall.
- Parker, D.H. (1999). Youth Behaviors Concerning of Ecotourism in Younger Tourism Place of New York; U.S.A. *Research Abstracts 39 (15)*: 136-138-A.
- Wolman, B.B. (1975). *Dictionary of Behavior Science*. London: Macmillan.
- World Tourism Organization. (1997). *Sustainable tourism and environment*. In: International Tourism: a global perspective. 2 ed. WTO, Spain.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวาก
เฉลิมพระเกียรติจังหวัดสุพรรณบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม คำตอบของท่านจะใช้เป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยที่ข้อมูลของท่านจะไม่ถูกนำไปเปิดเผยและปิดเป็นความลับ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

วีรยุทธ กาหลง
 นิสิตปริญญาโท สาขาการจัดการนันทนาการ
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

1.1 เพศ

ชาย

หญิง

1.2 อายุ

อายุระหว่าง 15-25 ปี

อายุระหว่าง 26-35 ปี

อายุระหว่าง 36-45 ปี

อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ

1.5 รายได้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

รายได้ 5,001 – 10,000 บาท

รายได้ 10,001 – 15,000 บาท

รายได้ 15,001 – 20,000 บาท

รายได้ตั้งแต่ 20,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดและบริการในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ท่านมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2.1 ด้านการจัดการและดำเนินการ

การจัดการในภาพรวมของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติที่มีการวางแผนงาน มีกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และมีการควบคุมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

การจัดการและบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.ท่านมีความพึงพอใจต่อระยะเวลาการเปิด-ปิดการให้บริการ					
2.ท่านมีความพึงพอใจต่ออัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการโดยรวมของทุกประเภทกิจกรรม					
3.ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงานโดยทั่วไป					
4.ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัดการบริเวณที่จอดรถที่มีจำนวนเพียงพอ					
5.ท่านมีความพึงพอใจต่อการรักษาความสะอาดบริเวณสถานที่จัดกิจกรรม					
6.ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัด ตกแต่งสถานที่ให้น่าใช้บริการ					
7.ท่านมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์สถานที่ต่างๆภายในบึงฉวากอย่างชัดเจน					
8.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้คำแนะนำภายในบึงฉวากและสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสุพรรณบุรี					

การจัดและบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
9.ท่านมีความพึงพอใจต่อการสำรวจ ติดตาม และ ประเมินผลการจัดและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง					
10.ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัดแบ่งพื้นที่แต่ละส่วนนั้น มีความเหมาะสม					

2.2 อุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

บึงฉวาก มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเป็นระเบียบของการจัดกิจกรรม รวมถึงสถานที่จอดรถและการให้บริการสาธารณสุขปลอดภัยด้านห้องน้ำ และตู้โทรศัพท์ภายในบึงฉวาก เฉลิมพระเกียรติท่านคิดว่าอยู่ในระดับใด

การจัดและบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.ท่านมีความพึงพอใจต่อสถานที่ที่มีความร่มรื่น สวยงาม					
2.ท่านมีความพึงพอใจต่อสถานที่ที่มีความสะอาด					
3.ท่านมีความพึงพอใจต่อห้องสุขาที่มีเพียงพอต่อผู้มาใช้ บริการ					
4.ท่านมีความพึงพอใจต่อร้านค้าที่มีบริการอย่างเพียงพอ					
5.ท่านมีความพึงพอใจต่อสถานที่ที่มีความแข็งแรง ปลอดภัย					
6.ท่านมีความพึงพอใจต่อป้ายแนะนำให้ความรู้ มีความ เหมาะสม ชัดเจน					
7.ท่านมีความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถที่มีเพียงพอ					
8.ท่านมีความพึงพอใจต่อจุดนั่งพักผ่อนที่มีจำนวน เพียงพอ					
9.ท่านมีความพึงพอใจที่ได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด					
10.ท่านมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านสถานที่และสิ่ง อำนวยความสะดวก มีความเหมาะสม					

2.3 ด้านบุคลากร

การให้บริการของเจ้าหน้าที่ในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ได้แก่ ความมีอัธยาศัยดี มีบุคลิกภาพดี มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีความซื่อสัตย์ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีท่านคิดว่าอยู่ในระดับใด

การจัดและบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ					
2.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีความยิ้มแย้มและเต็มใจในการให้บริการ					
3.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่แต่งกายสะอาดและสุภาพ					
4.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวกิจกรรมเป็นอย่างดี					
5.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ					
6.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว					
7.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นกันเองและเต็มใจในการให้บริการ					
8.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น					
9.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่ดูแลความปลอดภัย					
10.ท่านมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม					

2.4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

การที่บึงฉวากได้ทำการเผยแพร่การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักบึงฉวาก หรือมีการเดินทางมาท่องเที่ยวยังบึงฉวากเพิ่มมากขึ้น ท่านคิดว่าอยู่ในระดับใด

การจัดและบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายัง บึงฉวาก					
2.ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่มีภายใน บึงฉวาก					
3.ท่านมีความพึงพอใจต่อป้ายหรือการโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมภายในบึงฉวากอย่าง					
4.ท่านมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ ถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายใน จ.สุพรรณบุรี					
5.ท่านมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของบึงฉวาก					
6.ท่านมีความพึงพอใจต่อการค้นหาข้อมูลบึงฉวากจากสื่อต่างๆได้					
7.ท่านมีความพึงพอใจต่อตัว Mascot หรือตัวนำโชคภายในบึงฉวาก					
8.ท่านมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์					
9.ท่านมีความพึงพอใจต่อมีการโฆษณาผ่านสื่อทางหนังสือพิมพ์					
10.ท่านมีความพึงพอใจต่อมีการโฆษณาผ่านสื่อทางนิตยสาร					

2.5 การรับรู้ข่าวสาร

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติท่านได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบึงฉวากมาจากที่ใด ทั้งข้อมูลที่เป็นสื่อบุคคลและข้อมูลที่ไม่ได้เป็นสื่อบุคคลอยู่ในระดับใด

การจัดและบริการ	ระดับการรับรู้				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ท่านรับรู้ข้อมูลจากครอบครัว					
2. ท่านรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน					
3. ท่านรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์					
4. ท่านรับรู้ข้อมูลจากโทรทัศน์					
5. ท่านรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ					
6. ท่านรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต					
7. ท่านรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ					
8. ท่านรับรู้ข้อมูลจากแผ่นป้ายโฆษณา					
9. ท่านรับรู้ข้อมูลจากข้อความ sms					
10. ท่านรับรู้ข้อมูลจากข้อความ mms					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ด้านการจัดการและดำเนินการ

.....

.....

.....

อุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

ด้านบุคลากร

.....

.....

.....

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

การรับรู้ข่าวสาร

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อ-สกุล นายชัยโรจน์ สายพันธ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ชื่อ-สกุล นางกนกวดี ฟิงโพธิ์ทอง
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาสันทนการ คณะพลศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ชื่อ-สกุล นางสาวไตรยา หอมชื่น
ตำแหน่ง หัวหน้างานวิชาการ
สถานที่ทำงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ชื่อ-สกุล นายประสิทธิ์ เวทประสิทธิ์
ตำแหน่ง นักวิชาการประมง5
สถานที่ทำงาน บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
5. ชื่อ-สกุล นายณัฐวุฒิ เยี่ยมประภา
ตำแหน่ง ผู้ช่วยเจ้าพนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
สถานที่ทำงาน บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นายวีรยุทธ กาหลง
วันเดือนปีเกิด	16 กันยายน 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	712 ซอยประชาอุทิศ15 ถนนประชาอุทิศ เขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพฯ 10320
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	มัธยมศึกษาปีที่6 (วิทย์-คณิต) จาก โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี
พ.ศ. 2551	วท.บ. (นันทนาการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2553	วท.ม. (การจัดการนันทนาการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ