

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ปริญญานิพนธ์
ของ
ประคอง พานิชกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ปริญญาณพนธ์
ของ
ประคอง พานิชกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทคัดย่อ
ของ
ประคอง พานิชกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
พฤษภาคม 2553

ประคอง พานิชกุล. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูล
ข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม.
(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพจน์, อาจารย์ ดร.อัศวิน
มณีอินทร์.

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านสถานที่และอุปกรณ์ โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มามีใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

DOMESTIC TOURIST SATISFACTION TOWARDS THE INFORMATION SERVICE,
NORTH REGION OFFICE AT TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

AN ABSTRACT
BY
PRAKONG PHANICHAKUL

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

May 2010

Prakong Phanichakul. (2010). Domestic, Tourist Satisfaction Towards the Information Service , North Region Office at Tourism Authority of Thailand. Master thesis. M.S. (Recreation Management). Advisor Committee: Assoc Prof. Tawate Piriypoen, Lecturer Dr. Asawin Maneein.

The purposes of this research were to study and compare the Domestic Tourist Satisfaction towards the Information Service, North Region Office at Tourism Authority of Thailand. Personnel, service, information and place aspects with variables of gender, age, occupation, education background and northern region offices. The sample used in this research were 400 persons of domestic tourists. The research instrument for collecting Domestic Tourist Satisfaction towards the Information Service, North Region Office at Tourism Authority of Thailand was the questionnaire. Rating scale, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance and Scheffe's method were utilized for data analysis.

The results of the research were as follows:

1. Domestic tourist satisfaction towards the information service, at northern region offices of the Tourism Authority of Thailand were at high level.
2. Domestic tourists-differed in genders, ages, occupations, education background-showed no differences of their satisfaction towards the service.
3. Domestic tourists who contacted and used service at different offices expressed their satisfaction at different levels with statistically significant different at the level of .05.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ของ
ประคอง พานิชกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

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

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพูนท์)

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร.วินิตา เจียรนัย)

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

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพูนท์)

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

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุภารัตน์ วรทอง)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ และความกรุณาอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์เทเวศร์ พิริยะพณท์ ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.อศวิณ มณีอินทร์ ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ รวมถึงช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัย และให้การสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย รวมถึงขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสำนักงานภาคเหนือ พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่สำนักงานภาคเหนือทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้วิจัยในการเก็บข้อมูล และขอขอบคุณคุณศิริพร มูฮำมัด ผู้อำนวยการกองข่าวสารท่องเที่ยว ที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ – คุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาต่อของผู้วิจัยโดยตลอด ตลอดจนพี่น้อง ญาติมิตร และเพื่อนๆ การจัดการนันทนาการรุ่น 7 ที่คอยให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังว่าผลงานวิจัยปริญญานิพนธ์นี้ จะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนและสังคมส่วนรวม ทั้งในด้านการศึกษาและด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้นไม่มากก็น้อย หากประโยชน์หรือคุณค่าดังกล่าวนี้จะพึงมีผู้วิจัยขอน้อมนำเป็นเครื่องบูชาคุณ บิดา มารดา บุรพจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ประคอง พานิชกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
ความหมายของความพึงพอใจ.....	8
ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	9
ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ.....	10
องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	12
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	13
ประเภทของการให้บริการ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ.....	15
เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการ.....	17
ปัจจัยที่กำหนดคุณภาพของการบริการ.....	18
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ.....	19
ความสำคัญของนันทนาการ.....	20
คุณค่าและประโยชน์ของนันทนาการ.....	23
รูปแบบการท่องเที่ยว.....	25
ระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว.....	28
ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	30
กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 - 2554.....	31
รายชื่อสำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
งานวิจัยต่างประเทศ.....	35
งานวิจัยในประเทศ.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
สรุปผลการวิจัย.....	74
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	83
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	84
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	89
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	91

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
2 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ.....	47
3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน.....	49
4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร เป็นรายข้อ.....	50
5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการให้บริการ เป็นรายข้อ.....	51
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นรายข้อ.....	52
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสถานที่และอุปกรณ์ เป็นรายข้อ.....	53
8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	54
9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	55
10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	56
11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	58
13	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	60
14	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ.....	61
15	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	62
16	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	63
17	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามสำนักงาน.....	64
18	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากร จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	65
19	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้บริการ จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	66
20	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	67
21	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	68
22	การทดสอบความแตกต่างโดยรวม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ.....	69

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 การเกิดความพอใจของบุคคล.....	9
3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	13

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะสามารถนำเงินตราจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้รวดเร็ว ก่อให้เกิดการกระจายการลงทุน การจ้างงาน เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนทุกสาขาอาชีพ ทั่วทุกภาคของประเทศ อันเป็นการช่วยส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้ มีอาชีพ และมีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการเผยแพร่อุปทานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการสถานที่พักแรม สินค้าที่ระลึกและปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางเพื่อชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวยังเป็นภาพลักษณ์ (Tourism image) ที่มีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) และการเลือกใช้บริการ หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีรายละเอียดครบถ้วน ทันสมัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวด้วยความมั่นใจ และมีความรู้ความเข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปนั้น ๆ นักท่องเที่ยวก็จะได้รับประสบการณ์ที่ดี ซึ่งถือเป็นภารกิจหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีหน้าที่หลักในการเป็นศูนย์รวมและให้บริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และมีหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมทั้งให้ข้อมูลสถานที่พักแรมต่าง ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางทุกประเภทแก่นักท่องเที่ยวเพื่อใช้วางแผนในการเดินทาง และในขณะเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีสำนักงานในประเทศ จำนวน 35 แห่ง เพื่อรับผิดชอบการบริหารงานด้านการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบและภูมิภาคอื่นๆ ในประเทศไทย รับผิดชอบการให้บริการข้อมูลข่าวสาร แนะนำและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาดแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น และสนับสนุนให้ท้องถิ่นรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งสมาคมหรือชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550)

จากการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคภาคเหนือพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เติบโตขึ้นร้อยละ 6.93 คิดเป็นจำนวน 13.90 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้รวมจากนักท่องเที่ยวคนไทย 45,369.37 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550: 40) สำหรับภาคเหนือ นั้น เติบโตจากการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและความได้เปรียบของอากาศที่หนาวเย็นรวมถึงลักษณะภูมิประเทศที่เป็นทิวเขาทอดยาวจากเหนือลงมาได้ ทิวเขาที่สำคัญได้แก่ ทิวเขาดอยผาน้อย เป็นทิวเขาที่ใหญ่และยาวที่สุดของภาคเหนือ มียอดเขาสูงเป็นอันดับ 1 ของประเทศ คือ ดอยอินทนนท์ (ดอยอินทนนท์. 2552: ออนไลน์) อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มียอดเขาสูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ คือ ยอดดอยผ้าห่มปก และยอดดอยหลวงเชียงดาวสูงเป็นอันดับ 3 อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และยังมีทิวเขาที่ประกอบไปด้วยภูเขาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของภาคเหนือ เช่น ดอยสุเทพ ดอยปุย ดอยตุง ดอยขุนตาล ภูชี้ฟ้า ภูผาตั้ง อีกทั้งภาคเหนือยังเป็นดินแดนแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีแหล่งโบราณสถานสำคัญที่ได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็นแหล่งมรดกโลก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2534 (มรดกโลกในประเทศไทย. 2552. ออนไลน์) ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร นอกจากนี้ ยังเป็นดินแดนที่เป็นศูนย์รวมทางด้านศาสนสถานที่สำคัญมากมาย อาทิ วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดพระธาตูลำปางหลวง วัดพระศรีมหาธาตุ และวัดพระธาตุหริภุญไชย อีกทั้งยังเป็นแหล่งสร้างสรรค์งานหัตถกรรมและของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในภูมิภาคภาคเหนือ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูลข่าวสารของสำนักงานในประเทศ ให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้คนไทยเกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่และอุปกรณ์ ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสำนักงานภาคเหนือ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลของการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของสำนักงานภาคเหนือ และภาคอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 9,515 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2552)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (เทเวศร์ พิริยะพณท์. 2545: 128 อ้างจาก Krejcie and Morgan) ที่ขนาดประชากร 10,000 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 370 คน แต่ผู้ทำการวิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้มากกว่าที่กำหนดไว้จากตาราง คือ 400 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า

ตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานในภาคเหนือ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน 4 ด้าน ได้แก่
 - 2.1 ด้านบุคลากร
 - 2.2 ด้านการให้บริการ
 - 2.3 ด้านข้อมูลข่าวสาร
 - 2.4 ด้านสถานที่และอุปกรณ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการและพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านข้อมูลและด้านสถานที่และอุปกรณ์

1.1 ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2 ด้านการให้บริการ หมายถึง การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การต้อนรับ ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.3 ด้านข้อมูลข่าวสาร หมายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.4 ด้านสถานที่และอุปกรณ์ หมายถึง บริเวณพื้นที่ที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารและอุปกรณ์ ของสำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. อายุ หมายถึง จำนวนปีตั้งแต่เกิดถึงปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ช่วงอายุ ดังนี้ อายุ 15-24 ปี อายุ 25-34 ปี อายุ 35-54 ปีและอายุ 55 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ หมายถึง การทำงานเพื่อหารายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่

4.1 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/พนักงานบริษัท

4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4.3 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต

4.4 อื่น ๆ (ระบุ)

5. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

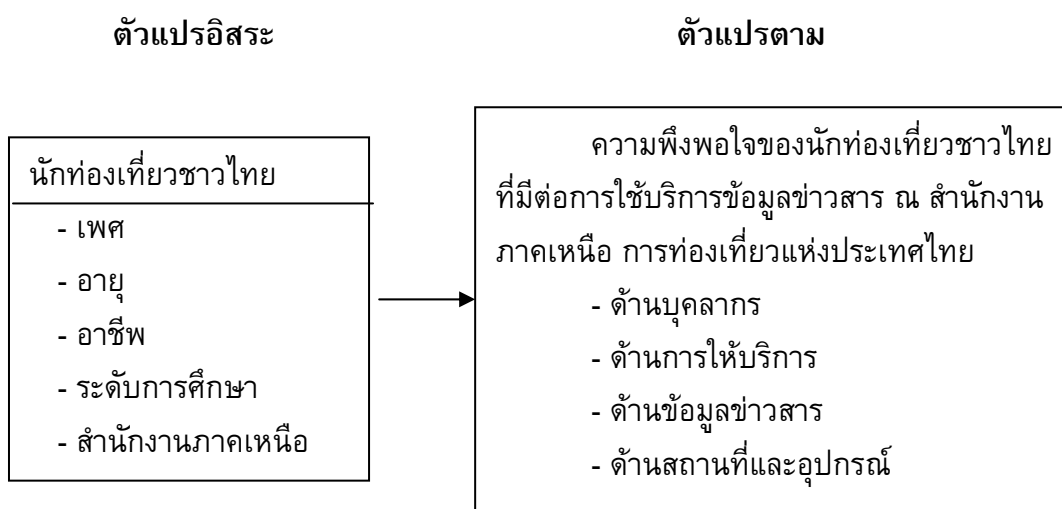
5.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

5.2 ปริญญาตรี

5.3 สูงกว่าปริญญาตรี

6. สำนักงานภาคเหนือ หมายถึง สำนักงานการท่องเที่ยวภาคเหนือทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ สำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานเชียงราย สำนักงานพิจิตรโลก สำนักงานตาก สำนักงานแม่ฮ่องสอน สำนักงานแพร่ สำนักงานอุทัยธานี และสำนักงานสุโขทัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร สำนักงานภาคเหนือต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ
 - 1.3 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ
 - 1.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.1 ประเภทของการให้บริการ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ
 - 2.3 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการ
 - 2.4 ปัจจัยที่กำหนดคุณภาพของการบริการ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ
 - 3.1 ความหมายของนันทนาการ
 - 3.2 ความสำคัญของนันทนาการ
 - 3.3 คุณค่าและประโยชน์ของนันทนาการ
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 4.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 4.2 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 4.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว
 - 4.4 ระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว
5. ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 5.1 กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 - 2554
 - 5.2 รายชื่อสำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยในต่างประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยในประเทศ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจนั้นมีอยู่หลายวิธีที่ถูกนำมาใช้ แต่ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่าทฤษฎีใดที่ถูกต้องที่สุดหรือดีที่สุด ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์หรือสถานการณ์เพราะความพึงพอใจเป็นภาวะที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ซึ่งเป็นผลมาจากสาเหตุที่ซับซ้อนและมีองค์ประกอบหลายอย่างแล้วจึงแสดงออกทางพฤติกรรม ในกรณีนี้ขอเสนอทฤษฎีที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของความพึงพอใจไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 138 – 139) กล่าวว่า iva ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้กับใครนั้นจะต้องมีสาเหตุที่สำคัญก่อให้เกิดผล สาเหตุนั้นก็คือ แรงจูงใจ เพราะการจูงใจเป็นสิ่งเร้าและความพยายามที่จะตอบสนอง ดังนั้น ความพึงพอใจจึงมีความเกี่ยวข้องกับการจูงใจ ดังที่ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation) ได้มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการจะมีความสำคัญแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถจะลำดับความสำคัญของความต้องการได้
3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการบำบัดความต้องการของตนแล้ว ความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป
5. บุคคลจะเริ่มสนใจในความต้องการสำคัญกว่าอย่างอื่นต่อไป

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับจากต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการยกย่อง และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตราย เป็นต้น
3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belonging needs) เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว (Self – esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ตักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

จากทฤษฎีที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจและความต้องการนั้น มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อใดก็ตามที่บุคคลเกิดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง และความต้องการนั้น ๆ ได้รับการตอบสนอง บุคคลนั้นย่อมเกิดความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

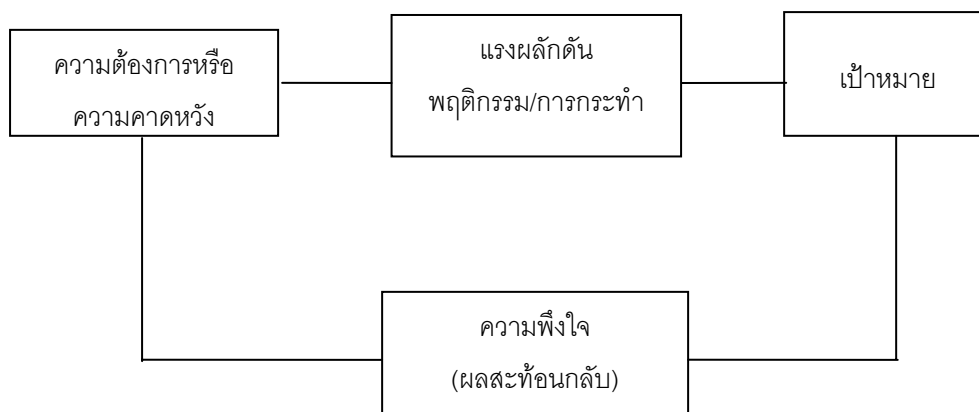
คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่ว ๆ ไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาให้ความหมายไว้ดังนี้

วูม (จันท์เพ็ญ ดูเทศานันท์. 2542: 47; อ้างอิงจาก Vroom. 1964. Working and Motivation) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

ในขณะที่ โวล์ แมน (จันท์เพ็ญ ดูเทศานันท์. 2542: 47; อ้างอิงจาก Wolman. 1973. Dictionary of behavioral science.) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง ความต้องการจากแรงจูงใจ

ขณะเดียวกัน แมคคอร์มิก (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542: 17; อ้างอิงจาก McCommick. 1965. Industrial Psychology.) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

สอดคล้องกับมิลลินซ์ (วัฒนา เพ็ชรวงศ์. 2542: 17; อ้างอิงจาก Mullins. 1985. Management and Organization Behavior.) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก ตามภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 การเกิดความพอใจของบุคคล

ที่มา: จิตตินันท์ เทชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน้า. 16.

ส่วนวัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542: 18) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ซึ่งค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

มีปัจจัยสำคัญ ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (สาทิพย์ จีนาภักดี. 2550: 10) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลลัพธ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ

ดังนั้นจากลักษณะดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อผู้รับบริการโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว คือ รูปแบบกิจกรรมที่จัดให้ สถานที่ในการจัดกิจกรรม ประสิทธิภาพของบุคลากรที่จัดกิจกรรม วิธีการนำเสนอกิจกรรม และสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศในการจัดกิจกรรม เป็นต้น

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการถือว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะนำความรู้ความเข้าใจมาปรับปรุงให้ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการตามที่ จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543: 21) ได้อธิบายความสำคัญ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการที่องค์กรต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ ต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและ

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ และสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ การนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้ามีผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้กิจกรรมบริการประสบความสำเร็จ

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวก และแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ งานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของคนเรา เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการ และความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป

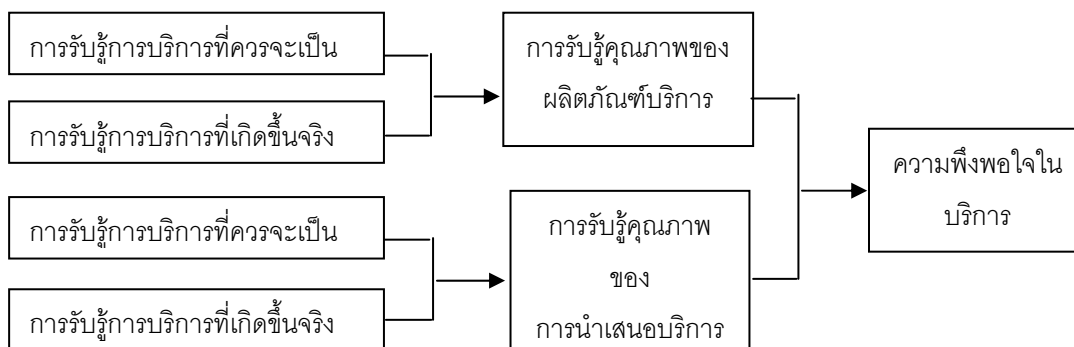
จะเห็นว่าความพึงพอใจในบริการให้ความสำคัญทั้งสองลักษณะ ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่มีส่วนสัมพันธ์กันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในบริการให้ความสำคัญทั้งสองลักษณะ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับ บริการและผู้รับบริการคาดหวังว่า ควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละ สถานการณ์บริการหนึ่ง ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ โดย จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543: 25 – 26) แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่นแขกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทางหนึ่ง หรือลูกค้านาคารถจะได้รับบริการช่วยเหลือด้านสินเชื่อบนรถ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้ตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ายในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ถึงวิธีการนำเสนอบริการในการะบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่อการ ใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขก ด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบังคับการยื่นขอสินเชื่อด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้ายด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง



ภาพประกอบ 3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา: จิตตินันท์ เทชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน้า. 26.

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายกับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องสัมผัสได้เหมือนสินค้า (Goods) ทั่วๆ ไป ดังนั้น การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม (Efforts) การปฏิบัติงาน (Performances) หรือการกระทำใด ๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ เหมือนการครอบครองสินค้า การบริการจึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Kotler. 1991; Zethaml; et. al. 1985; อ้างอิงจาก พิมพ์ชนก ตันสนีย์. 2539) ดังนี้

1. ความเป็นนามธรรม (Intangibility) การบริการเป็นกิจกรรมที่มีความเป็นนามธรรม กล่าวคือ ไม่สามารถจับต้องได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าเหมือนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ในการบริการหนึ่งผู้บริโภค จึงมักจะมองหาสัญลักษณ์หรือสิ่งที่เป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนของคุณภาพบริการ อาทิ ลักษณะภายนอกของสถานที่ขององค์กรที่ให้บริการ การแต่งกายของบุคลากรที่ให้บริการ ความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ท่วงทีในการสื่อสารหรือการให้ข้อมูลต่อผู้รับบริการ จึงพยายามทำให้การบริการของตนมีความเป็นรูปธรรมหรือสามารถมองเห็นจับต้องได้จากสิ่งเหล่านี้ เช่น สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาพยายามจัดสถานที่ให้บริการอย่างสวยงาม สะอาด จัดช่องทางการรับบริการที่มองดูสะดวกสบาย และจัดคิวการรับบริการให้สั้นเพื่อแสดงถึงการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

2. การผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability of production and consumption) การบริการต่างการผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงที่สินค้าสามารถผลิตในคราวหนึ่งแล้วนำไปเก็บไว้เพื่อรอเวลาในการขาย หลังจากนั้นจึงจำหน่ายให้ลูกค้านำไปบริโภค แต่การบริการนั้นจะมีการผลิตและการบริโภคที่เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ดังนั้น การบริการจะ

ไม่สามารถแยกออกจากผู้ให้บริการได้ เมื่อพนักงานให้บริการแก่ผู้บริโภค (Provider – client interaction) เกิดขึ้น ดังนั้น จึงทำให้การผลิตและการบริโภคมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมาก (Gronroos. 1987; Zethaml; et. Al. 1985. อ้างอิงจาก พิมพ์ชนก ศันสนีย์. 2539) และปฏิสัมพันธ์นี้จะมีบทบาทต่อผลของการบริโภค โดยรวม

3. ความแตกต่างหลากหลาย (Variability) การให้บริการในแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไป คุณภาพของการบริการแต่ละครั้งจะขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ เพราะผู้ให้บริการแต่ละคนอาจมีพฤติกรรมในการให้บริการที่ต่างกัน หรืออาจจะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกัน นอกจากนั้นผู้บริการ ตลอดจนเวลาและสถานที่ในการให้บริการที่แตกต่างกันก็สามารถทำให้การบริการชนิดเดียวกันมีความแตกต่างหลากหลายได้

4. ไม่สามารถเก็บกักไว้ได้ (Perish ability) การให้บริการไม่สามารถจะเก็บกักเอาไว้เพื่อรอการจำหน่ายหรือเก็บไว้ เพื่อใช้ประโยชน์ในภายหลังเหมือนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนั้นตลาดของการบริการยังสามารถขึ้นลงได้ตามความต้องการที่เปลี่ยนไป

ประเภทของการให้บริการ

การบริการสามารถแบ่งประเภทได้ โดยอาศัยองค์ประกอบ 2 ประการ (Livelock. 1984; อ้างอิงจาก พิมพ์ชนก ศันสนีย์. 2539) ได้แก่

1. ธรรมชาติของพฤติกรรมบริการ (Nature of service act) สามารถจำแนก ได้เป็น

1.1 พฤติกรรมที่เห็นเป็นรูปธรรม (Tangible actions)

1.2 พฤติกรรมที่ไม่เห็นเป็นรูปธรรม (In tangible actions)

2. เป้าหมายของการบริการ (Direct recipients of service) สามารถจำแนก ได้เป็น

2.1 การบริการที่มีเป้าหมายในการให้บริการที่ตัวบุคคล (People)

2.2 การบริการที่มีเป้าหมายในการให้บริการที่มีสินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Thing)

เมื่อนำสององค์ประกอบนี้มาประสานเข้าด้วยกัน ทำให้ได้ประเภทของการบริการรวม 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. บริการซึ่งมุ่งเน้นที่ร่างกายของผู้บริโภค (Services directed at people's bodies) เช่น บริการรักษาสุขภาพ สถานเสริมความงาม เป็นต้น

2. บริการซึ่งมุ่งเน้นที่สินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Services directed at goods and other physical possessions) เช่น การขนส่งสินค้า บริการซักอบรีด เป็นต้น

3. บริการซึ่งมุ่งเน้นที่ความคิดจิตใจของผู้บริโภค (Services directed at people's minds) เช่น บริการให้การศึกษา โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

4. บริการซึ่งมุ่งเน้นที่สินทรัพย์เชิงนามธรรมของผู้บริโภค (Services directed at intangible assets) เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริการด้านกฎหมาย เป็นต้น

การจัดแบ่งประเภทของการบริการลักษณะนี้ มีประโยชน์ต่อองค์กรที่ให้บริการในแง่ที่ทำให้เข้าใจความคาดหวังของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งความคาดหวังนั้น ได้แก่ ความคาดหวังว่าตนเองจะต้องปรากฏกายเพื่อรับการบริการนั้นๆ หรือไม่ (Lovelock. 1984; อ้างอิงจาก พิมพ์ชนก คັນสนีย์. 2539) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ผู้บริโภคจำเป็นต้องปรากฏกายตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการให้บริการ เช่น ผู้บริโภคเข้าไปรับบริการในสถานเสริมความงาม หรือ โรงพยาบาล เป็นต้น
2. ผู้บริโภคจำเป็นต้องปรากฏกายเฉพาะในช่วงเริ่มต้นและช่วงสุดท้ายของกระบวนการให้บริการ เช่น ผู้บริโภคนำรถเข้าไปซ่อมและกลับมารับรถเมื่อซ่อมเสร็จ เป็นต้น
3. ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องปรากฏกายในกระบวนการให้บริการ ปฏิสัมพันธ์ในการบริการอาจเกิดขึ้น โดยการใช้สื่อ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ หรือสื่ออื่น ๆ ในการรับบริการบางประเภท ผู้บริโภคอาจมีความคาดหวังว่า ตนเองจะต้องปรากฏกายและมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการบริการ เช่น การเข้าไปรับบริการในสถานพยาบาล (บริการประเภทมุ่งเน้นให้บริการที่ตัวผู้บริโภคโดยตรง ส่วนการนำรถเข้าไปตรวจเช็คสภาพที่ศูนย์บริการ บริการประเภทมุ่งเน้นให้บริการที่สิ่งของของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคคาดหวังว่า จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริการเพียงบางเวลา ไม่ว่าจะเป็นปรากฏกายและมีส่วนร่วมตลอดระยะเวลาในการให้บริการหรือการปรากฏกายและมีส่วนร่วมเพียงบางเวลา ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการรับบริการจะได้รับอิทธิพลจาก 1) ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคและบุคลากรผู้ให้บริการ 2) ลักษณะภายนอกที่ ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ขององค์กรที่ให้บริการ เช่น สถานที่ ตลอดจนการแต่งกายของบุคลากรที่มีความสวยงาม เหมาะสม หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ แลดูทันสมัยหรือไม่ 3) บุคลิกลักษณะและท่าทีของผู้บริโภคคนอื่น ๆ ที่มารับบริการด้วย ดังนั้น องค์ประกอบเกี่ยวกับสถานที่ตั้งขององค์กรและความสะดวกสบายที่ผู้รับบริการได้รับจึงมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์นั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ

สุรศักดิ์ นานานุกูล และคณะ (2538: 111) กล่าวว่า แนวความคิดในการปรับปรุงคุณภาพและผลิตภัณฑ์ถือว่า คุณภาพเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความสำคัญสูงสุดทุกองค์กรที่ประสบความสำเร็จจะกำหนดให้คุณภาพเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ถ้ามีคุณภาพแล้วก็จะสามารถเอาชนะคู่แข่งได้โดยเด็ดขาดจะขยายตัวและช่วงชิงส่วนแบ่งของตลาดด้วยคุณภาพที่เหนือกว่า และบรรลุเป้าหมายได้ด้วยคุณภาพ ซึ่งในแนวความคิดใหม่บอกว่าต้องเน้นความพอใจของลูกค้าก่อนจะต้องรู้ระดับความพอใจของลูกค้าหลักจากนั้นจะต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแต่ให้ถูกใจลูกค้า

อนวัณณ์ ศุภชติกุล (2542: 2) ได้ให้ความหมายตามมุมมองของผู้เกี่ยวข้องและตามวิวัฒนาการของแนวคิดเรื่องคุณภาพโดยศัพท์ “คุณภาพ” คือ ภาวะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ในมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพ คุณภาพ คือ การปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้แล้วความสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ ส่วนในมุมมองของผู้ใช้ประโยชน์ คุณภาพ คือความตอบสนองความต้องการ

(Need) และความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับผลงาน หรือการทำให้เกิดความคาดหวังของผู้รับผลงาน

ดังนั้น สรุปได้ว่า คุณภาพ คือ ระดับของการกระทำหรือปฏิบัติตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดและต้องมีความเป็นเลิศซึ่งคุณภาพจะต้องถูกกำหนดโดยความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการบริการนั้น ๆ จึงจะถือว่าการบริการนั้นเป็นการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

คุณภาพของการบริการ (Service quality) เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจและเห็นความสำคัญอย่างจริงจัง เมื่อไม่นานมานี้ จากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคหรือลูกค้า “Service quality is what customers perceived” กล่าวคือ อะไรก็ตามที่ลูกค้าเห็นว่าเป็นที่ถูกต้องพอใจ จะหมายถึง คุณภาพไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการใด ๆ ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นซึ่ง บรัสเซล และเกล (Buzzel; & Gale. 1985; อ้างอิงจาก อนุวัฒน์ ศุภชุตกุล. 2542: 2-3) กล่าวว่าเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ แบ่งเป็น 8 ลักษณะ คือ

1. คุณภาพของการบริการจะถูกกำหนด โดยลูกค้าหรือบริการ ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ จากสิ่งที่ลูกค้าคิดว่าสำคัญและไม่สำคัญในกระบวนการที่เกิดขึ้น คุณภาพบริการจะลักษณะเป็นอย่างไร และตรงจุดใดจึงเรียกว่าคุณภาพ อยู่ที่ลูกค้ากำหนดขึ้น ซึ่งลูกค้าแต่ละคนอาจจะมองว่าคุณภาพของการบริการในแต่ละฉากเหตุการณ์ของการให้บริการที่แตกต่างกันได้

2. คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดจบ เราไม่สามารถกำหนดคุณภาพของการบริการ ให้เฉพาะเจาะจงหรือเป็นสูตรตายตัวลงไปได้ การให้บริการที่มีคุณภาพที่ดี จะต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่ที่กิจการดำเนินไปด้วยดีและไม่ดี

3. คุณภาพของการบริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกคนที่เกี่ยวข้องความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องกับงานบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าหรือผู้ปฏิบัติงานที่อยู่เบื้องหลัง และการควบคุมคุณภาพของการให้บริการของผู้ร่วมงานแต่ละคน ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ สำหรับผู้รับบริการทั้งสิ้นผู้ปฏิบัติงานบริการทุกคนจะต้องสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อการให้บริการและนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อผู้ร่วมงานด้วยกันและนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

4. คุณภาพของการบริการ การบริหารการบริการและการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกจากกันได้ ในการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพดี ผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องได้รับความรู้ คำติชมผลงาน ในการนี้ผู้บริหารบริการจะต้องเอาใจใส่บริการจัดการหรือสั่งการและปฏิสัมพันธ์กับผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์เพื่อมุ่งหวังให้งานบริการที่ออกมามีคุณภาพที่ดี

5. คุณภาพของการบริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม การบริการจะมีคุณภาพดีเพียงใด ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริการ (Corporate culture) ภายในองค์กรที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าความเป็นคน องค์การบริการที่ปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรขององค์กรอย่างเท่าเทียมกันจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่แท้จริงได้

6. คุณภาพของการบริการนั้น ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการบริการ แม้ว่า คุณภาพของการบริการจะไม่สามารถกำหนดตายตัวลงไปได้ แต่การวางแผนเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า ในสิ่งที่เรารู้พฤติกรรมของลูกค้าว่า ต้องการหรือความคาดหวังอะไรบ้าง ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดีได้

7. คุณภาพของการบริการ หมายถึง การรักษาความมั่นคงขององค์การบริการลูกค้า มักจะคาดหวังว่า ผู้ปฏิบัติงานบริการจะให้บริการในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตจำนงค์หรือความสัญญาไว้

8. คุณภาพของการบริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม

สรุปได้ว่า คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการผู้บริหารการบริการหรือผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการจัดระบบการบริการทั้งสิ้น การให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้รับบริการเป็นเรื่องที่มีอาจจะเลยได้ด้วย การเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการส่งเสริมคุณภาพของการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจอย่างแนบแน่นให้กับผู้รับบริการ

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการ

ในการประเมินคุณภาพของการบริการทั่ว ๆ ไปลูกค้ามักใช้เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพการบริการที่ได้รับ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ ได้กล่าวไว้ดังนี้ (อนุวัฒน์ ศุภชุตกุล. 2542)

1. ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามความสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าทันทีทันใด

4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความมีอัตราคัยนอบน้อม (Cerditability) ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริ่งใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วย ความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ

7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ

8. ความเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ

10. ความเข้าใจลูกค้าและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding of customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

คุณลักษณะเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหากองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของการบริการ เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจให้ลูกค้าประทับใจในบริการที่ได้รับและตั้งใจใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำ ก็จำเป็นต้องวางแผนนโยบายการบริการ โดยคำนึงคุณลักษณะดังกล่าว และทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย พร้อมทั้งมีการพัฒนากลยุทธ์การบริการตามนโยบายที่วางไว้อย่างจริงจัง

ปัจจัยที่กำหนดคุณภาพของการบริการ

ผลการศึกษาวิจัยของ พาราสุรมัน และคณะ (Parasuraman; et.al. 1985; อ้างอิงจากพิมพ์ชนก ตันสนีย. 2539) เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของการบริการ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ในการประเมินของการบริการ ปัจจัยทั้ง 10 ประการนี้ ได้แก่

1. ความสะดวก (Access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการ เช่น สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในที่ที่สะดวกแก่การไปติดต่อ เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจและการรับฟังความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะหรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์การ

3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถและทักษะที่จะปฏิบัติงานบริการได้เป็นอย่างดี เช่น ความรู้และทักษะในการรักษาโรคของแพทย์

4. ความสุภาพ (Courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้า รอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค เช่น การให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส และการสื่อสารด้วยความสุภาพ เป็นต้น

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ และความซื่อสัตย์ขององค์กรที่ให้บริการและตัวผู้ให้บริการเอง เช่น องค์กรที่มีชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดี เป็นต้น

6. ความคงเส้นคงวา (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้กับลูกค้า เป็นต้น

7. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การให้บริการแก่ผู้รับบริการ ณ เคาน์เตอร์ฝาก-ถอนเงินของธนาคาร ได้ทันทีทันใด เป็นต้น

8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงใด ๆ เช่น การใช้เครื่องหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่สะอาดปราศจากเชื้อโรค เป็นต้น

9. ลักษณะภายนอก (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์ บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัยและสวยงาม เป็นต้น

10. พยายามรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตลอดจนความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า เช่น การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้บริโภค การเพิ่มบริการต่าง ๆ ตามความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับนันทนาการ

ความหมายของนันทนาการ

พระยาอนุমানราชชน หรือนามปากกา “เสฐียร โกเศศ” ได้บัญญัติศัพท์ “นันทนาการ” ในปี พ.ศ. 2507 ซึ่งเป็นคำสนธิระหว่าง “นันทนา” กับ “อาการ” หมายถึง ความสนุกสนาน รื่นเริง แทนคำ “สันทนาการ” ซึ่งมีมานานแล้ว (สมบัติ กาญจนกิจ. 2533: 10)

“นันทนาการ” ซึ่งเป็นคำที่ได้รับการยอมรับจากผู้ทรงคุณวุฒิทางภาษาศาสตร์ว่ามีความหมายตรงตามลักษณะวิชา ลักษณะกิจกรรมมากกว่าคำว่า “สันทนาการ” ซึ่งเป็นคำเดิม แต่ในปัจจุบันคำทั้งสองยังคงใช้ทั้งในทางวิชาการ ทางราชการและทางสังคมไป (เอนก หงษ์ทองคำ. 2542: 1)

นันทนาการตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Recreation ซึ่งมาจากศัพท์คือ Re และ Create แปลว่า สร้างขึ้นใหม่ หมายถึง การทำให้สดชื่น เสริมสร้างพลังงานขึ้นมาใหม่ อีกนัยหนึ่งนันทนาการ ซึ่งในภาษาอังกฤษคือ Recreation มีรากศัพท์จากภาษากรีก คือ Re-Cre-Are ซึ่งหมายถึง กิจกรรมของเยาวชนและผู้ใหญ่ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2533: 10-12)

สมบัติ กาญจนกิจ (2542: 13-14) ได้ให้ความหมายของนันทนาการ ซึ่งพอจะสรุปได้ คือ

1. นันทนาการ หมายถึง การทำให้สดชื่น เสริมสร้างพลังขึ้นมาใหม่ หลังจากการใช้พลังงาน แล้วก่อให้เกิดความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย สมอง และจิตใจ กิจกรรมนันทนาการที่บุคคลเข้าร่วมในช่วงเวลาว่าง จะช่วยจัดหรือผ่อนคลายความเหนื่อยเมื่อยล้าทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจในความหมายนี้นันทนาการจึงเป็นการตอบสนองความต้องการทางกายและจิตใจของบุคคลและสังคม

2. นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าร่วมในช่วงเวลาว่างโดยไม่มีการบังคับหรือเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ แล้วผลก่อให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุข รวมทั้งความสุข สนุกสนาน หรือความสงบสุขและกิจกรรมนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับด้วย

3. นันทนาการ หมายถึง กระบวนการหรือประสบการณ์สุขที่บุคคลได้รับ โดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างเป็นสื่อก่อให้เกิดการพัฒนาการ หรือการเจริญงอกงาม ทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของบุคคล

4. นันทนาการ เป็นสถาบันทางสังคมหรือแหล่งศูนย์กลางของสังคมเพื่อให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ แล้วก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านอารมณ์และพัฒนาเจริญงอกงามทางร่างกาย จิตใจและสังคม

จรีนทร์ ธานีรัตน์ (2533: 17) กล่าวถึง นันทนาการว่าความหมาย “นันทนาการ” ตามคำศัพท์ (Terminology) เน้นเรื่องกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่าง โดยใช้ความสมัครใจเป็นหลัก ไม่มีการบังคับ และได้รับความพึงพอใจ และเพลิดเพลินใจจากกิจกรรมนั้น เป็นหลักสำคัญในการพิจารณาว่ากิจกรรมนั้นเป็นกิจกรรมนันทนาการหรือไม่

ชูชีพ เยาวพัฒน์ (2543: 21) ได้ให้ความหมายของนันทนาการว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่คนเราใช้เวลาว่างจากภารกิจงานประจำโดยเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ และกิจกรรมที่ต้องไม่ขัดต่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และกฎหมายบ้านเมือง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา หรือความเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา จนรู้สึกมีความสุขสดชื่นกลับคืนมาสู่สภาวะปกติ

บรรจง คณะวรรณ (2531: 31) กล่าวว่า นันทนาการ หมายถึง การเข้าร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งในช่วงที่มีเวลาว่างจากงานประจำ หรือการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ที่ตนเองมีความสนใจขณะมีเวลาว่างเพื่อเพิ่มทักษะ ประสบการณ์และการเข้าทำกิจกรรมนั้น ก็เป็นไปด้วยความสมัครใจ เป็นการทำงานที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น หรือสร้างสรรค์งานขึ้นใหม่หรือเป็นการเข้าร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อลดเวลาว่างที่ตัวเองมีอยู่ให้น้อยลง เป็นการลดความเครียดทั้งทางกายและทางอารมณ์ ให้หมดหรือน้อยลงกลับเป็นคนใหม่ที่มีพลัง มีความสดชื่นที่เต็มไปด้วยพลังพร้อมที่จะทำงานหรือเผชิญโชคต่อไป

ความสำคัญของนันทนาการ

นันทนาการ นับว่าเป็นปัจจัยความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมนันทนาการนั้นก่อให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนาทักษะและสร้างเสริมประสบการณ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิต ดังนั้น จึงมีผู้เห็นถึงความสำคัญและได้ให้ความสำคัญของนันทนาการไว้พอสรุปได้ดังนี้

สมบัติ กาญจนกิจ (2542: 52-53) กล่าวว่า นันทนาการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะว่าวิถีการดำเนินชีวิตของคนเรานั้นได้เปลี่ยนแปลงไปจนเป็นผลให้ต้องมีปัจจัยที่ทวีเพิ่มเติมจากปัจจัยสี่ประการ ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรคและอาหาร ปัจจัยที่ห้านี้ก็คือการพักผ่อนหรือกิจกรรมนันทนาการ จากการเปลี่ยนแปลงนี้เองทำให้นันทนาการมีบทบาทและมีความสำคัญต่อส่วนใดบ้างดังต่อไปนี้

1. ประชากรในสังคม นันทนาการเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะพัฒนามนุษย์ให้มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม ดังนั้นนันทนาการจึงมีความสำคัญต่อประชากรในสังคมเป็นอย่างดี

2. ครอบครัวจัดได้ว่าเป็นสังคมหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดซึ่งในปัจจุบันนี้สัมพันธภาพในครอบครัวไม่ค่อยแน่นแฟ้นเหมือนสมัยก่อน ๆ เพราะทุกคนต่างมีความจำเป็นในการทำมาหากิน สภาพแวดล้อมที่จะต้องแข่งขันกับเวลาและการแข่งขันกับคนอื่นทำให้สมาชิกในครอบครัวไม่ค่อยมีโอกาสที่จะได้พบกันมากนัก ดังนั้นนันทนาการยังช่วยลดปัญหาการใช้เวลาว่างให้กับสมาชิกในครอบครัวอีกด้วย เป็นผลทำให้ผู้นำครอบครัวได้ทำบทบาทของตนเองได้ดีขึ้น

3. ชุมชน นันทนาการช่วยพัฒนาชุมชนให้มีความสมบูรณ์หลาย ๆ ด้านด้วยกัน คือ ช่วยสร้างคนให้เป็นสมาชิกที่ดีมีเหตุผลเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว มีความขยันขันแข็ง ทั้งนี้เพราะกิจกรรมนันทนาการช่วยเสริมสร้างสมาชิกภาพที่ดีให้กับชุมชนเพราะพวกเขาเหล่านั้นได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในการร่วมกิจกรรมนันทนาการ และในกิจกรรมนันทนาการบางประเภท เช่น กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์จะช่วยให้สมาชิกในสังคมรู้จักเสียสละและช่วยผู้อื่น

ลดปัญหาอาชญากรรม ในชุมชนที่สงบย่อมไม่มีปัญหาอาชญากรรม ถ้าหากเราพิจารณาถึงปัญหาอาชญากรรมจะพบว่า สาเหตุที่สำคัญอันหนึ่งก็คือการปล่อยให้คนบางประเภทโดยเฉพาะวัยรุ่นอยู่ว่างมากเกินไป จนทำให้หมกมุ่นกับอบายมุขและประพฤติดนทีก่ออาชญากรรมดังกล่าว ดังนั้น ถ้าหากในชุมชนมีโปรแกรมนันทนาการให้กับบุคคลเหล่านี้ก็จะช่วยลดปัญหาอาชญากรรมได้

ช่วยให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งนี้เพราะว่านันทนาการนั้นจะครอบคลุมไปถึงเรื่องการจัดสภาพแวดล้อมให้สวยงามเป็นการป้องกันมลภาวะได้อีกทางหนึ่งด้วยการจัดสวนหย่อมก็ดีหรือการจัดสวนไม้ดอกไม้ประดับก็จะช่วยรักษาสมดุลทางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ดังนั้นถ้าหากในชุมชนใดก็ตามขาดกิจกรรมนันทนาการหรือไม่มีการวางแผนนันทนาการไว้ก็อาจมีปัญหาด้านมลภาวะได้

4. ประเทศชาติ นั้นหนานการมีความสำคัญต่อประเทศชาติเป็นอย่างมากทั้งนี้เพราะว่า กิจกรรมนั้นหนานการจะช่วยลดปัญหาความประพฤติของประชากรลงได้อย่างมากจนอาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมนั้นหนานการจะช่วยสร้างความสงบสุขภายในได้เป็นอย่างดีเพราะเมื่อคนภายในชาติได้และเมื่อคนมีสุขภาพดี มีโอกาสได้ผ่อนคลายความตึงเครียดจะส่งผลให้มีสุขภาพจิตดีไม่โกรธหรืออาฆาต แค้นยอมทำให้การทะเลาะวิวาทไม่เกิดขึ้นในสังคม

เอนก หงษ์ทองคำ (2542: 4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของนั้นหนานการโดยแยกประเภท ความสำคัญไว้ดังนี้

1. ความสำคัญต่อบุคคล นั้นหนานการมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับชีวิตคนเรานั้นหนานการเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันนอกเหนือจากการทำงานและกิจกรรมประจำวันแล้ว คนเราต้องการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อน เพื่อคลายเครียดทางกาย ทางอารมณ์ เพื่อความพึงพอใจ และเสริมสร้างสมรรถนะสำหรับชีวิตในโอกาสต่อไป

2. ความสำคัญต่อครอบครัว ครอบครัวเป็นสังคมน้อยย่อยที่สุดเป็นองค์ประกอบสำคัญของสังคมอื่นๆ เช่น ชุมชน ประเทศชาติ และนานาชาติ กิจกรรมนั้นหนานการเป็นขบวนการหนึ่งทางสังคมที่เสริมสร้างให้คนรู้หน้าที่ รับผิดชอบ และรู้จักหลักการจัดการให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานที่ การใช้กิจกรรมนั้นหนานการในครอบครัวในโอกาสต่างๆ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวให้มีความใกล้ชิด เข้าใจ รักและผูกพันกันมากยิ่งขึ้น

3. ความสำคัญต่อชุมชน ในประเด็นนี้สำคัญสองประการคือ นั้นหนานการสร้างชุมชนให้มีประโยชน์ประการหนึ่ง และองค์กรชุมชนควรจัดสร้างกิจกรรมนั้นหนานการเพื่อคุณภาพของชุมชนเองอีกประการหนึ่ง

ประการแรก นั้นหนานการช่วยสร้างสมาชิกของชุมชนให้มีเหตุผล มีคุณภาพดี มีประสิทธิภาพ และกำลังงานที่ดีของชุมชน ทั้งนี้ เพราะนั้นหนานการจะเป็นกิจกรรมส่งเสริมให้สมาชิกชุมชนรู้หน้าที่ รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์แก่ตนและแก่กลุ่ม รู้จักเสียสละประโยชน์ส่วนตัวดำรงตนเป็นพลเมืองดี ซึ่งเป็นการสร้างสมาชิกที่ดี ลดละปัญหาสังคม ลดปัญหาอาชญากรรมรวมไปถึงปัญหาของประเทศชาติ อีกประการหนึ่ง สมาชิกที่ดีของชุมชนย่อมเสริมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ดีด้วย

ประการที่สอง องค์กรในชุมชนควรรับผิดชอบต่อหน้าที่ จัดบริการกิจกรรมนั้นหนานการแก่สมาชิกให้หลากหลายและทั่วถึง เพื่อบริการแก่สมาชิกตามความถนัด ความสนใจในโอกาสต่างๆ ทั้งในรูปแบบให้เปล่าและรูปแบบอื่น ตามสภาพความคล่องตัวของชุมชน

4. ความสำคัญต่อประเทศชาติ ความมั่นคงของประเทศชาติมีองค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และการทหาร องค์ประกอบทุกด้านดังกล่าวมีพื้นฐานจากประชาชนถ้าประชาชนมีสุขภาพดี มีจิตใจดี รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ปราศจากโรค มีการศึกษาดี รู้จักหน้าที่ รับผิดชอบต่อตัวเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ ย่อมเป็นกำลังหลักและสร้างความมั่นคงให้ประเทศชาติ

5. ความสำคัญต่อนานาชาติ ชุมชนนานาชาติที่พัฒนาแล้วจากขบวนการพัฒนาบุคคล ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ ย่อมรู้หน้าที่ รับผิดชอบต่อชาติ และมีความเข้าใจในสัมพันธภาพของ

มนุษยชาติ หลีเลี้ยงข้อขัดแย้ง การปะทะอย่างรุนแรง ใช้การเจรจาประนีประนอมด้วยเหตุผลไม่ดูถูก กตขี๋ ข่มเหงกันในเรื่องเชื้อชาติ สีผิว วัฒนธรรม ประเพณี ระบบการปกครอง และการที่ประชาชน ได้มีกิจกรรมร่วมกัน เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาภาคพื้นทวีป กีฬานานาชาติ กีฬาสโมสร รวมไปถึงการ แลกเปลี่ยนกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมต่างๆ สร้างความเข้าใจความรักสมานฉันท์ให้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นันทนาการ เป็นปัจจัยสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับชีวิต มนุษย์ ซึ่งนอกจากช่วยพัฒนาการในด้านคุณภาพชีวิตส่วนบุคคลแล้วยังช่วยให้มีการพัฒนาต่อเนื่อง ไปยังคุณภาพของครอบครัว ชุมชน สังคมและประเทศชาติอีกด้วย

คุณค่าและประโยชน์ของนันทนาการ

บัทเลอร์ (เอนก หงษ์ทองคำ. 2542; อ้างอิงจาก Butler. 1959: 14-15) ได้กล่าวถึงคุณค่า ทางนันทนาการที่มีต่อมนุษย์ไว้พอสรุปได้ดังนี้คือ

1. นันทนาการเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์
2. นันทนาการ คือ ทางออกที่ดีของการแสดงออกและการพัฒนาตนเอง
3. การเล่น หรือนันทนาการ ช่วยให้เด็กมีความเจริญเติบโต และมีประสบการณ์ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตเมื่อเจริญวัยขึ้น
4. ช่วยให้เด็กมีความกระตือรือร้นในชีวิต และกิจกรรมต่าง ๆ ช่วยให้ได้มาซึ่งทักษะที่จำเป็นสำหรับชีวิตในภายหลัง
5. สำหรับผู้ใหญ่ นันทนาการเป็นการแสดงออกในกิจกรรมต่างๆ และเป็นการคบหาสมาคมซึ่งกันและกัน

6. นันทนาการ เป็นวิธีหาความสุข ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสมดุลในชีวิตกับการทำงาน
ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ สมบัติ กาญจนกิจ (2544: 34-55) ได้จัดประเภทของ กิจกรรมนันทนาการ ดังนี้

1. กิจกรรมนันทนาการศิลปหัตถกรรม
2. กิจกรรมนันทนาการเกมกีฬา
3. กิจกรรมนันทนาการเต้นรำ
4. กิจกรรมนันทนาการท่องเที่ยวทัศนศึกษา
5. กิจกรรมนันทนาการพัฒนาจิตใจและความสงบสุข
6. กิจกรรมนันทนาการการละคร
7. กิจกรรมนันทนาการงานอดิเรก
8. กิจกรรมนันทนาการดนตรีและร้องเพลง
9. กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (นอกเมือง)
10. กิจกรรมนันทนาการทางสังคม
11. กิจกรรมนันทนาการพิเศษ

12. กิจกรรมนันทนาการวรรณกรรม (อ่าน ฟุด เขียน)
13. กิจกรรมนันทนาการบริการอาสาสมัคร
14. กิจกรรมนันทนาการพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ
15. กิจกรรมนันทนาการกลุ่มสัมพันธ์และมนุษย์สัมพันธ์

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

ในทางสังคมวิทยา การท่องเที่ยว นั้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในลักษณะดังต่อไปนี้ (พงศัญญ์ วีระไวทยะ. 2550: 15-18)

1. เป็นความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relation) ระหว่างบุคคล ซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
2. เป็นการเผชิญหน้าระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ
3. พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (Release) จากความตึงเครียดทางสังคม และเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน
4. พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกันระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คนได้รับจากการดำรงชีพ

ความหมายของนักท่องเที่ยว

ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (สำนักนายกรัฐมนตรี. 2522; อ้างอิงจาก สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. 2546) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ นักท่องเที่ยว มี 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign tourist หรือ International tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง
2. นักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกไปจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัวหรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตามเว้นการเดินทางไปทำงานไม่ว่าจะพักค้างคืน หรือเดินทางไปกลับในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม

ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษา เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจทางการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก หากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นรายการเดี่ยว ๆ (Single item) ด้วยกัน

“การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ซึ่งต่อมาพัฒนามาเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้เริ่มเสนอนิยามขึ้นใหม่ เพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกปรับเอาไปใช้อย่างเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร และยังได้ให้คำจำกัดความของคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรท่องเที่ยว คือ

ผู้มาเยือน (Visitors) เป็นคำทั่วไป ให้นิยามถึงบุคคลผู้ซึ่งมา (หรือไป) ยังประเทศหนึ่งซึ่งมิใช่การอยู่อาศัยถาวร ด้วยเหตุจงใจใดก็ได้ ซึ่งมีใช่เป็นการไปประกอบอาชีพที่ได้รับค่าจ้างตอบแทนและเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมงและอย่างมากไม่เกิน 6 เดือน

และในบทนิยามบัญญัติให้ที่ “ผู้มาเยือน” 2 ประเภท คือ “นักท่องเที่ยว” (Tourists) และ “นักทัศนาจร” (Excursionists) ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่ไปเยือนและมีเหตุจงใจในการเยือนเพื่อ

1.1 เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

1.2 เพื่อการปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่าง ๆ

2. นักทัศนาจร (Excursionists) คือ ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศเพียงวันเดียว (น้อยกว่า 24 ชั่วโมง) และมีได้พักค้างคืน รวมทั้งผู้โดยสารพาหนะทางเรือประเภทเรือสำราญ (Cruise) ด้วย

รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง ในที่นี้สามารถรวบรวมรูปแบบของการท่องเที่ยว 3 รูปแบบใหญ่ คือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และรูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง

รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจที่จะเกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยทั่วไปแล้วสามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism) และการท่องเที่ยวในประเทศ (Internal tourism)

1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น ๆ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างจากประเทศของตน จะต้องผ่านพิธีการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมือง พิธีการศุลกากร เป็นต้น

รูปแบบของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการจัดนำเที่ยวใน 2 รูปแบบ คือ .

1.1 การท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourism) การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย (Thai traveler) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ซึ่งมีถิ่นพำนักในประเทศไทย เดินทางออกไปเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย นักท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourist) ของประเทศไทย และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไป (Generating country)

1.2 การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourism) คือ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติมาเลเซีย (Malaysian tourist) หรือนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่น (Foreign traveler) ที่มีถิ่นพำนักในมาเลเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวมาเลเซียจัดเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (Inbound tourist) และประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่รับนักท่องเที่ยว หรือเป็นแหล่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination)

ผู้ที่ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เรียกว่า “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” (International tourist) ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกได้นิยามไว้ว่า คือ “บุคคลที่เดินทางจาก

ถิ่นพำนักถาวรของตนอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีไว้เพื่อหารายได้” ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้นิยามไว้ว่า คือ “บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างตอบแทนจากประเทศนั้น ซึ่งหมายรวมถึง บุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือน แต่มิได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น”

จากนิยามดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Foreigner) หมายถึง ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวโพ้นทะเล (Overseas tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เคยมีถิ่นพำนักอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง แล้วย้ายถิ่นพำนัก/หรือไปศึกษาต่อ/หรือไปทำงานยังอีกประเทศหนึ่ง (Overseas) เดินทางกลับมาเที่ยวยังประเทศถิ่นพำนักเดิม เช่น คนไทยที่ไปตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เราเรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า “คนไทยโพ้นทะเล” หรือคนอเมริกาที่มาทำงานในประเทศไทยแล้วเดินทางกลับไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

3. นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตน (Expatriate) แล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น ชาวอเมริกันที่ไปทำงานในสิงคโปร์แล้วเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือคนไทยที่ไปทำงานสิงคโปร์ แล้วเดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศใน 2 ทาง คือ ทั้งขาเข้าและขาออก โดยส่วนใหญ่แต่ละประเทศจะพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวขาเข้ามากกว่าการท่องเที่ยวขาออก เนื่องจากการท่องเที่ยวขาเข้าจะเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ในขณะที่การท่องเที่ยวขาออกทำให้เงินตราในประเทศรั่วไหลออกนอกประเทศ ซึ่งการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มดังกล่าวจะมีผลต่อดุลการท่องเที่ยว กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนในประเทศ มากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ประเทศนั้นก็จะมีผลต่อดุลการท่องเที่ยว ในทางกลับกัน หากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา มีจำนวนมากกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ ประเทศนั้นก็จะได้รับดุลการท่องเที่ยวเกินดุล

2. การท่องเที่ยวในประเทศ

การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีภูมิศาสตร์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ โดยหมายรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรและมิได้มีถิ่นพำนักถาวรภายในประเทศนั้น

จากนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากการเดินทางของบุคคล 2 กลุ่ม คือ

2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourist) คือ บุคคลที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เช่น คนไทยที่มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

2.2 นักท่องเที่ยวที่ขาเข้า (Inbound tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งครอบคลุมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวพำนัทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักชั่วคราวในต่างประเทศที่ไม่ใช่ถิ่นฐานเดิมของตนเองแล้วเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ตามที่ได้อธิบายแล้วข้างต้น (มหาวิทยาลัยศรีปทุม. 2547)

ระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว

ข่าวสารข้อมูล เป็นสิ่งสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวซึ่งจะมีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งก่อนและขณะเดินทางท่องเที่ยว แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความซับซ้อน และนักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ประกอบกับการรับข้อมูลข่าวสารมีความยากลำบากขึ้นเป็นลำดับ ข่าวสารข้อมูลจึงยิ่งทวีความสำคัญขึ้น แต่หากนักท่องเที่ยวสามารถแสวงหาหรือรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลได้โดยง่าย นอกจากค่าใช้จ่ายในเรื่องนี้จะต่ำลงแล้ว การติดต่อกับธุรกิจบริการต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยวยังจะสะดวกรวดเร็วกว่าขึ้นอีกด้วย

ความสะดวกในการรับข่าวสาร จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญและผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้

ทั้งนี้ ในการเตรียมข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ควรจะอยู่ในความรับผิดชอบของผู้จัดการทางการท่องเที่ยวหรือผู้ขาย (Suppliers) และหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากความสำคัญของข้อมูลข่าวสารมีมากขึ้นเป็นลำดับ จึงมีการศึกษาในเรื่องเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ (Information systems technology) ที่ถูกนำมาใช้ในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic market place) ว่ามีส่วนเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานในแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร โดยจุดสำคัญจะเป็นระบบที่องค์กรหรือหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด ฯลฯ ได้พัฒนาขึ้นมา ซึ่งระบบที่ว่านี้ ก็คือ ระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว หรือ Destination Information Systems (DSI) นั่นเอง ทั้งนี้ยังมีการพิจารณาในแง่ของการจัดการ (Management) ด้วยว่าระบบดังกล่าวเหมาะกับโครงสร้างของสำนักงานและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและท้องถิ่นอย่างไร ค่าใช้จ่ายหรือเงินทุนในการพัฒนาและการจัดระบบเป็นอย่างไร ข้อมูลใดจะอยู่ในระบบนี้และทำอย่างไรจึงจะเก็บรวบรวมข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

เทคโนโลยีใดที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด ระบบที่ว่านี้ควรจะให้พนักงานในสำนักงานหรือว่าจ้างให้บริษัทเอกชนจัดรูปแบบหรือควรจะมีจัดซื้อจากสำนักงานการท่องเที่ยวอื่น ระบบนี้ควรจัดขึ้นเพื่อผู้จัดบริการทางการท่องเที่ยวหรือเพื่อนักท่องเที่ยวโดยตรง การเชื่อมโยงแบบใดควรมีขึ้นระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งใช้กันในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม คิดว่าการศึกษาระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 5 ประเทศในทวีปยุโรป รวมทั้งการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากแต่ละแห่งในลักษณะเจาะลึกเมื่อปี 2534 ที่ผ่านมานั้น สามารถช่วยให้เกิดความชัดเจนในเรื่องนี้ได้มากยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมา องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (NTOs) จะให้บริการข่าวสารนักท่องเที่ยวใน 3 ลักษณะด้วยกัน

ลักษณะแรกนั้น จะเป็นการจัดส่งข่าวสารข้อมูลตามที่นักท่องเที่ยวได้ขอมาทั้งทางโทรศัพท์ ไปรษณีย์ โดยจะรวมถึงผู้ที่มาติดต่อสอบถามกับพนักงานด้วยตนเอง ทั้งนี้ อาจมีการสร้างฐานข้อมูล (Database) ของผู้ที่เข้ามาติดต่อสอบถามเพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

ลักษณะที่สอง องค์การฯ จะป้อนข้อมูลให้กับเครือข่ายของสำนักงานข่าวสารนักท่องเที่ยวหรือ Visitor Information Offices (VIOs) ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้บริการข่าวสารกับนักท่องเที่ยวทั้งทางโทรศัพท์ จดหมาย และที่เคาน์เตอร์ข่าวสาร ทั้งยังให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในเรื่องเงินทุนอีกด้วย แต่จะมี VIOs บางแห่งเปิดให้บริการสำรองห้องพักโดยคิดค่าตอบแทน

ลักษณะที่สาม เป็นการดำเนินงานผ่านทางสำนักงานการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดหลักทางการท่องเที่ยว สำนักงานฯ เหล่านี้ นับว่า มีความสำคัญต่อองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสำนักงานใหญ่ในการทำตลาด เนื่องจากมีส่วนช่วยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยววางแผน รวมทั้งกระจายข่าวสารข้อมูลไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงอย่างเช่น สำนักงานท่องเที่ยวเยอรมัน ณ กรุงฮัมสเตอร์ดัม ที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ จะรวมถึงการติดตั้งโทรศัพท์เสียงสัมผัส (Touchtone phone) เพื่อให้สามารถเก็บหรือบันทึกประเภทของข่าวสารที่นักท่องเที่ยวติดต่อขอมาขณะที่พนักงานกำลังปฏิบัติหน้าที่อื่นอยู่ หรือหลังจากเวลาปิดทำการของสำนักงานไปแล้ว

ข่าวสารข้อมูลที่องค์การฯ จัดเตรียมนั้น จะมีทั้งที่มาจากภาครัฐและเอกชน โดยในส่วนของภาคเอกชนจะเป็นข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก เช่น ชนิด ระดับ สถานที่ตั้ง อัตราค่าพักรวม สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ การนำเที่ยว เช่น รายการ สถานที่ กิจกรรม ระยะเวลา ฯลฯ ขณะที่ข้อมูลจากภาครัฐจะเป็นในเรื่องของ สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ หอแสดงศิลปวัตถุ เช่น เวลาเปิด-ปิดการบริการ อัตราค่าเข้าชม สถานที่ตั้ง แผนที่ ฯลฯ พาหนะโดยสาร เช่น ตารางเวลา จุดหมายปลายทาง ประเภทอัตราค่าโดยสาร หรือแม้กระทั่งสภาพและลักษณะการจราจร ลักษณะชายทะเล สภาพอากาศ ตลอดจนกฎหมาย เช่น การควบคุมการผ่านเขตแดน ข้อกำหนดเกี่ยวกับสุขภาพ

ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวใช้ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นคู่มือแนะนำเที่ยว แผ่นพับ และวีดิทัศน์ ที่ได้มาจากผู้จัดบริการนำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายบริการนำเที่ยว

สำนักงานการท่องเที่ยว รวมทั้งจากการบอกเล่าของผู้ที่เคยเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ มาก่อน (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. 2538: 4-7)

ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และ ให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เซิงสะพานพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อ กระทรวงเศรษฐกิจเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับรองนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่อง กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่ กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกทรงโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการเป็น

งบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว" โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพักรักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์รีด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออก แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อาศัยอาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินการ ณ สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้น มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท." (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552)

กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. 2550 – 2554

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างคามเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะ และขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้ หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552)

รายชื่อสำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ททท. สำนักงานเชียงใหม่

พื้นที่รับผิดชอบ : เชียงใหม่, ลำพูน, ลำปาง

105/1 ถ.เชียงใหม่-ลำพูน ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000

โทรศัพท์. 0 5324 8604, 0 5324 8607, 0 5330 2500

โทรสาร. 0 5324 8605, 0 5330 2501

อีเมลล์ : tatchmai@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/chiangmai>

ททท. สำนักงานเชียงราย

พื้นที่รับผิดชอบ : เชียงราย, พะเยา

448/16 ถนนสิงห์ไคล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000

โทรศัพท์. 0 5371 7433, 0 5374 4674-5

โทรสาร. 0 5371 7434

อีเมลล์ : tatchrai@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/chiangrai>

ททท. สำนักงานพิษณุโลก

พื้นที่รับผิดชอบ : เพชรบูรณ์, พิษณุโลก

209/7-8 ศูนย์การค้าสุรสีห์ ถ.บรมไตรโลกนาถ อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000

โทรศัพท์. 0 5525 2742-3, 0 5525 9907

โทรสาร. 0 5523 1063

อีเมลล์ : tatphliok@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/phitsanulok>

ททท. สำนักงานตาก

พื้นที่รับผิดชอบ : ตาก

193 ถ.ตากสิน ต.หนองหลวง อ.เมือง จ.ตาก 63000

โทรศัพท์. 0 5551 4341-3

โทรสาร. 0 5551 4344

อีเมลล์ : tattak@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/tak>

ททท. สำนักงานแม่ฮ่องสอน

พื้นที่รับผิดชอบ : แม่ฮ่องสอน

ที่ว่าการอำเภอเมืองฯ หลังเก่า ถ.ชุมลุ่มประพาส อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน 58000

โทรศัพท์. 0 5361 2982-3

โทรสาร. 0 5361 2984

อีเมลล์ : tatmhs@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/maehongson>

ททท.สำนักงานแพร่

พื้นที่รับผิดชอบ : แพร่, น่าน, อุตรดิตถ์

34/130-131 ถนนเหมืองหิต ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

โทรศัพท์. 0 5452 1118

โทรสาร. 0 5452 1119

Website : <http://www.tourismthailand.org/phrae>

ททท.สำนักงานสุโขทัย

พื้นที่รับผิดชอบ : สุโขทัย, กำแพงเพชร

130 ถนนจรดวิถีถ่อง ตำบลธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย 64000

โทรศัพท์. 0 5561 6228-9, 0 5561 6366

โทรสาร. 0 5561 6230

อีเมลล์ : tatsukho@tat.or.th

Website : <http://www.tourismthailand.org/sukhothai>

ททท.สำนักงานอุทัยธานี

พื้นที่รับผิดชอบ : อุทัยธานี, นครสวรรค์, พิจิตร

อาคารศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทัยธานี ถนนศรีอุทัย อำเภอเมือง

จังหวัดอุทัยธานี 61000

โทรศัพท์. 0 5651 4982

โทรสาร. 0 5651 2916

Website : <http://www.tourismthailand.org/uthaithani>

ทั้งนี้ สำนักงานสาขาในประเทศ มีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารงานด้านการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ และภูมิภาคอื่นในประเทศไทย รับผิดชอบให้บริการข่าวสาร แนะนำ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูล ข่าวสารที่สำคัญและรายงานสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาดแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในท้องถิ่น รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนให้ท้องถิ่นรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งสมาคมหรือชมราส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

จากการศึกษา เอกสาร ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ผลจากการอ่านเอกสารที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่าถึงความสำคัญของการให้บริการ เกณฑ์การให้บริการ และการบริการจะประสบความสำเร็จได้นั้นมีปัจจัยที่สำคัญหลายอย่าง เช่น การรับรู้ ความเข้าใจ และอารมณ์ ทั้งของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมทั้งความคาดหวังในการบริการที่จะได้รับ จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้จากเอกสาร ทฤษฎีและแนวคิดเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสำหรับวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มารับบริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความ ต้องการในกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลงานการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้
 อเดย์; และแอนเดอร์เซน (ไพบูลย์ คุ่มคำ. 2547; อ้างอิงจาก Aday; & Ardersen. 1958.) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มาเข้ารับรักษาในโรงพยาบาลในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศ สหรัฐอเมริกา จำนวน 524 คน ที่เกี่ยวกับการให้บริการทางการแพทย์และการบริการบำบัด พบว่า การให้บริการด้วยบุคลากรแพทย์พยาบาล เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 75 อยู่ในระดับดี แต่การ บริการด้านบำบัดอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเฉพาะการ ให้บริการส่วนสาธารณะและกิจกรรมนันทนาการบำบัดในสวนสาธารณะมีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับสูง

ฟิตซ์เซอรัลด์; และดูแรนท์ (Fitzerrald; & Durant. 1980: 585-594) ได้ทำการสำรวจ ความคิดเห็นและความพึงพอใจของประชาชนในมลรัฐเทนเนสซี ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีต่อ บริการสาธารณะ 5 ประเภท คือ บริการของตำรวจ การระงับอัคคีภัย การสาธารณสุข การศึกษา และการคมนาคม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านภูมิหลัง และปัจจัยทางด้านทัศนคติของ ประชาชนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะและส่งผลต่อเนือง ถึงความรู้สึกที่อยากจะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการสาธารณะดังกล่าว โดยปัจจัยที่มีน้ำหนักมาก ที่สุดต่อความพึงพอใจของประชาชน คือ ปัจจัยทางด้านเชื้อชาติ รายได้ และทัศนคติที่เกิดจากการ เปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายที่ตนเสียกับประโยชน์ที่ได้รับการบริการ

จอห์น ที ทีช (กฤษฎดา มณีขาว: อ้างอิงจาก John. T. Teach.1981: 15-16) ได้ศึกษา เกี่ยวกับความพึงพอใจในการจัดการสโมสรกอล์ฟและกีฬาในร่ม โดยสำรวจผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิก สโมสร จำนวน 550 คน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภท ของกีฬา พบว่า การบริการการให้ฝึกซ้อมการตีกอล์ฟบนสนามหญ้าในรูปสนามจำลอง ในระยะทาง ประมาณ 180-200 หลา (Par 3) เป็นที่พึงพอใจมาก แต่มีพื้นที่ฝึกซ้อมตีกอล์ฟน้อยเกินไปและพอใจ ในราคาที่ให้บริการที่มีราคาถูกลงมาก ๆ สำหรับสมาชิก ส่วนการใช้พื้นที่ที่ซ้อมพัตต์และอุปกรณ์บ่อทรายอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์

เดลีโอ (Deleo. 1983: 36-38A) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจใน หน้าที่การงานและความพึงพอใจในการใช้เวลาว่างของผู้บริหารนันทนาการของเทศบาลในรัฐนิวอิง แลนด์ สหรัฐอเมริกา โดยสำรวจผู้บริหารระดับผู้อำนวยการของหน่วยงานนันทนาการของเทศบาล ในรัฐนั้น จำนวน 285 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ พบว่า มีความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจใน หน้าที่การงาน กับความพึงพอใจในการใช้เวลาว่าง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในด้านการบริหาร สังคม สัมฤทธิ์ผล ความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมและความรับผิดชอบ คือ แหล่งสำคัญสูงสุด 5

ประการของความพึงพอใจในหน้าที่การงานและเวลาว่าง และมีความพึงพอใจในเวลาว่างมากกว่าความพึงพอใจในหน้าที่การงาน

อีโล (Ealine. 1984: 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 9,800 คน โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการนันทนาการและสวนสาธารณะ พบว่า ประชาชนเป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งชายและหญิง ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ มีความพึงพอใจในระดับมากทั้งด้านสภาพพื้นที่และนันทนาการ รองลงมา คือ ข้าราชการ

งานวิจัยในประเทศ

พัชรา ลากลือชัย (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด ภาศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 6,500 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มีความคล้ายคลึงกัน โดยพบว่า ส่วนใหญ่ ต้องการพักผ่อน เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีโอกาสท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ นักท่องเที่ยวจะรวมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารของตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคา และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคา อยู่ในระดับมาก โดยด้านการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นมากที่สุด ส่วนตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญกับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำมากที่สุด และด้านการจัดการบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญเหมือนกันคือผู้ขายควรมีอัธยาศัยที่ดีและไม่ควรเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

วีระศักดิ์ คณะบุรณ์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความต้องการเฉลี่ยต่อการแบ่งเขตพื้นที่ใช้สอยในเขตพื้นที่นันทนาการ 0.87 และ 0.73 การออกแบบแผนผังพืชพรรณ 0.76 และ 0.71 การออกแบบทัศนียภาพและมุมมอง 0.88 และ 0.80 รูปแบบสถาปัตยกรรม 0.78 และ 0.68 ระบบการสัญจร 0.80 และ 0.81 การออกแบบและจัดระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ 0.81 และ 0.66 ตามลำดับ ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิ

หลังนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความแตกต่างของภูมิสำเนา มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของรายได้ มีความต้องการต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เสริมสกุล เสร็จกิจ (2547: บทคัดย่อ) การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการนักท่องเที่ยว และด้านสินค้าของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินค้าของที่ระลึก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ไพบูลย์ คุ่มคำ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ 20,000 บาท และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/เอกชน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับกลาง ส่วนด้านวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับน้อย นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของมัคคุเทศก์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชมพูษ พรสิบ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีต่อการจัดการของสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีต่อการจัดการของสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยรวม 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการ จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มาใช้บริการสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ จำนวน 200 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น .80 และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที (t-test) สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศมีความพึงพอใจด้านการจัดการ ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านบุคลากร ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการโดยรวมไม่แตกต่างกัน

3. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

4. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สาทิพย์ จีนาภักดิ์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการล่องแพจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยการทดสอบค่าที (t-test) และค่าเอฟ (F-test) และทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.66$, S.D. = 0.58)

2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิมลวรรณ สุธิบุตร (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด. 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด จำนวน 370 คน เลือกโดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที (t-test) ทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว อยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด ที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุมสาวทัวร์ จำกัด ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการ และการให้บริการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนำไปเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดและสอดคล้องกับเจตนาของผู้วิจัยที่ประโยชน์ในการพัฒนาบริการในด้านต่าง ๆ รวมทั้งข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือ และสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey research) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 9,515 คน (จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ. มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2552)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ขนาดประชากร 9,515 คน โดยเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ เครจซี่และมอร์แกน ที่ 10,000 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 370 คน แต่ผู้ทำการวิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้มากกว่าที่กำหนดจากตาราง คือ 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (เทเวศร์ พิริยะพูนท์. 2545: 128; อ้างอิงจาก Krejcie and Morgan) โดยใช้เพศ เป็นตัวกำหนดตัวอย่าง ตามตาราง 1

ทั้งนี้ มีสำนักงานภาคเหนือ จำนวน 8 สำนักงาน โดยกำหนดตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิง สำนักงานละ 25 ตัวอย่าง รวม 50 ตัวอย่างต่อ 1 สำนักงาน รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำนักงานภาคเหนือ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง		
		ชาย	หญิง	รวม
สำนักงานเชียงใหม่	2,810	25	25	50
สำนักงานเชียงราย	1,028	25	25	50
สำนักงานพิษณุโลก	2127	25	25	50
สำนักงานตาก	600	25	25	50
สำนักงานแม่ฮ่องสอน	1720	25	25	50
สำนักงานแพร่	430	25	25	50
สำนักงานสุโขทัย	501	25	25	50
สำนักงานอุทัยธานี	299	25	25	50
รวม	9,515	200	200	400

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อใช้สำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านสถานที่และอุปกรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคอร์ท (เทเวศร์ พิริยะพูนท์. 2545: 57 อ้างจาก Likert.1932) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 2 มีดังนี้

5	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจมาก
3	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนนเพื่อวัดระดับโดยพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 8-11)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open ended) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมทั้งด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่และอุปกรณ์
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยมีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่ผู้มาใช้บริการมีต่อการให้บริการ ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. สร้างแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)
4. สร้างแบบสอบถามตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Rating scales) 5 ระดับตามวิธีการของลิเคอร์ท ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด
5. สร้างแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Open ended) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะโดยอิสระ
6. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้คณะกรรมการที่ควบคุมปริญาานิพนธ์ ตรวจสอบ แก้ไขปรับปรุง เพื่อให้ข้อคำถามครอบคลุมเนื้อหา และมีความถูกต้องชัดเจน

การหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามที่คณะกรรมการควบคุมปริญาานิพนธ์แนะนำแล้วนำไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา และลงความเห็นโดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 1 แน่ใจว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้คะแนน
- 0 ไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้คะแนน
- 1 แน่ใจว่าข้อความนั้นไม่มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้คะแนน

นำผลคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้มาพิจารณาแต่ละข้อ แล้วนำค่าคะแนนนั้นไปหาค่าความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด โดยผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (พวงพรัตน์ ทวีรัตน์. 2540: 117)

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2534:142) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

3. นำแบบสอบถามจากการการดำเนินการข้างต้นไปปรึกษาผู้ควบคุมปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง แล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เตรียมไว้ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถาม พร้อมหนังสืออนุญาตจากผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไปยังสำนักงานภาคเหนือทั้ง 8 สำนักงาน เพื่อเก็บรวบรวมตัวอย่าง โดยกำหนดตัวอย่างเป็นเพศชาย/เพศหญิง สำนักงานละ 25 ตัวอย่าง รวม 50 ตัวอย่างต่อ 1 สำนักงาน รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

2. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลตามโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
2. นำข้อมูลตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) โดยรวมและรายด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เพศ และทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป คือ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ หากพบว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2549: 201)
4. นำข้อมูลตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงมาสรุปและนำเสนอในรูปความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ขั้นตอน และกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในการแจกแจงแบบที (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
df	แทน	ระดับชั้นความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of squares)
p	แทน	ความน่าจะเป็นหรือโอกาส (Probability)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้รับรวมได้โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติและนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสำนักงานภาคเหนือ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
- ข้อมูลในตอนต้นที่ 2 ทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' method) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
- ข้อมูลในตอนต้นที่ 3 นำมาสรุปแต่ละด้านแล้วนำเสนอในรูปความเรียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสำนักงานภาคเหนือ

ข้อมูลพื้นฐาน		จำนวน (n)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	200	50.00
	หญิง	200	50.00
	รวม	400	100.00
อายุ	15 – 24 ปี	83	20.80
	25 – 34 ปี	124	31.00
	35 – 54 ปี	125	31.20
	55 ปีขึ้นไป	68	17.00
	รวม	400	100.00
อาชีพ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	147	36.80
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	127	31.80
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	85	21.20
	อื่น ๆ	41	10.20
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	64	16.00
	ปริญญาตรี	262	65.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	74	18.50
	รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (n)	ร้อยละ
สำนักงานภาคเหนือ		
สำนักงานเชียงใหม่	50	12.50
สำนักงานเชียงราย	50	12.50
สำนักงานพิษณุโลก	50	12.50
สำนักงานตาก	50	12.50
สำนักงานแม่ฮ่องสอน	50	12.50
สำนักงานแพร่	50	12.50
สำนักงานอุทัยธานี	50	12.50
สำนักงานสุโขทัย	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง จำแนกได้ดังนี้

1. เพศ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00
2. อายุ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ 15 – 24 ปี มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 อายุ 25 – 34 ปี มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุ 35 – 54 ปี มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 และอายุ 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00
3. อาชีพ มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพการประกอบธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 นักเรียนนักศึกษา/นิสิต จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 และอื่นๆ จำนวน 41 คน คิดเป็น 10.20
4. ระดับการศึกษา มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ปริญญาตรี 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50
5. สำนักงาน มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานเชียงราย สำนักงานพิษณุโลก สำนักงานตาก สำนักงานแม่ฮ่องสอน สำนักงานแพร่ สำนักงานอุทัยธานี และสำนักงานสุโขทัย สำนักงานละ 50 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 12.50

ตอนที่ 2 วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe' method)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	4.20	0.49	มาก
2. ด้านการให้บริการ	4.31	0.49	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.15	0.55	มาก
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	3.99	0.53	มาก
รวม	4.16	0.42	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.42)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร เป็นรายข้อ
(n = 400)

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่มีธรรมาจริยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	4.37	0.64	มาก
2. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว	4.20	0.58	มาก
3. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านการท่องเที่ยว	4.24	0.67	มาก
4. เจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ	3.95	0.76	มาก
5. เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ/เหมาะสม	4.25	0.65	มาก
รวม	4.20	0.49	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการข้อมูล
ข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากรโดยรวมและรายข้ออยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.= 0.49)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการให้บริการ เป็นรายข้อ
(n = 400)

ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ให้บริการด้วยความสุภาพ	4.38	0.60	มาก
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.36	0.63	มาก
3. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ	4.38	0.58	มาก
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่เคาน์เตอร์ให้ข่าวสารตลอดเวลา	4.22	0.67	มาก
5. ให้บริการข้อมูลครบถ้วนตามความต้องการ	4.26	0.65	มาก
6. การขอรับข้อมูลไม่ยุ่งยาก	4.29	0.58	มาก
รวม	4.31	0.49	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูล
ข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านการให้บริการโดยรวมและรายข้อ
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.49)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านข้อมูลข่าวสาร
เป็นรายข้อ (n = 400)

ด้านข้อมูลข่าวสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความชัดเจนของข้อมูลและแผนที่	4.18	0.70	มาก
2. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ได้จริง	4.19	0.71	มาก
3. ข้อมูลทำให้เกิดความรู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยว	4.21	0.64	มาก
4. มีเอกสารเพียงพอกับความต้องการ	4.08	0.72	มาก
5. รูปเล่มสะดวกสำหรับพกพา	4.16	0.68	มาก
6. ความสวยงามของภาพประกอบ	4.10	0.76	มาก
รวม	4.15	0.55	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านข้อมูลข่าวสาร
โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.55)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสถานที่และอุปกรณ์ เป็นรายข้อ (n = 400)

ด้านสถานที่และอุปกรณ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีที่นั่งพักสำหรับผู้มาติดต่อ	4.23	0.63	มาก
2. มีที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	3.63	1.01	มาก
3. ความสะอาดบริเวณห้องโถงบริการ	4.14	0.65	มาก
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	4.05	0.65	มาก
5. มีหนังสือพิมพ์/วารสาร/สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ	4.10	0.66	มาก
6. มีมุมจัดวางเอกสารท่องเที่ยวที่สามารถหยิบได้เอง	4.07	0.69	มาก
7. การตกแต่งของสำนักงานกลมกลืนกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น	3.96	0.72	มาก
8. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่เข้าถึงสะดวกด้วยรถโดยสารสาธารณะ	3.73	0.86	มาก
รวม	3.99	0.53	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสถานที่และอุปกรณ์โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.53)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	ชาย	4.18	0.55	มาก
	หญิง	4.22	0.43	มาก
2. ด้านการให้บริการ	ชาย	4.31	0.53	มาก
	หญิง	4.31	0.46	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ชาย	4.14	0.57	มาก
	หญิง	4.17	0.53	มาก
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ชาย	4.00	0.54	มาก
	หญิง	3.98	0.52	มาก
รวม	ชาย	4.16	0.46	มาก
	หญิง	4.17	0.39	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.53) และ ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.53) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	15 – 24 ปี	4.22	0.52	มาก
	25 – 34 ปี	4.21	0.45	มาก
	35 – 54 ปี	4.18	0.51	มาก
	55 ปีขึ้นไป	4.17	0.53	มาก
2. ด้านการให้บริการ	15 – 24 ปี	4.30	0.47	มาก
	25 – 34 ปี	4.36	0.46	มาก
	35 – 54 ปี	4.30	0.54	มาก
	55 ปีขึ้นไป	4.27	0.49	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	15 – 24 ปี	4.16	0.51	มาก
	25 – 34 ปี	4.17	0.55	มาก
	35 – 54 ปี	4.17	0.51	มาก
	55 ปีขึ้นไป	4.07	0.66	มาก
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	15 – 24 ปี	3.99	0.57	มาก
	25 – 34 ปี	4.04	0.47	มาก
	35 – 54 ปี	4.00	0.26	มาก
	55 ปีขึ้นไป	3.87	0.58	มาก
รวม	15 – 24 ปี	4.17	0.44	มาก
	25 – 34 ปี	4.19	0.37	มาก
	35 – 54 ปี	4.16	0.45	มาก
	55 ปีขึ้นไป	4.09	0.42	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านจำแนกตามอายุมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอาชีพ (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	4.21	0.49	มาก
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.23	0.49	มาก
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	4.17	0.51	มาก
	อื่นๆ	4.09	0.47	มาก
2. ด้านการให้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	4.38	0.49	มาก
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.29	0.51	มาก
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	4.28	0.46	มาก
	อื่นๆ	4.25	0.58	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	4.17	0.57	มาก
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.19	0.52	มาก
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	4.07	0.57	มาก
	อื่นๆ	4.13	0.52	มาก
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	4.02	0.51	มาก
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.97	0.51	มาก
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	3.97	0.56	มาก
	อื่นๆ	3.93	0.57	มาก
รวม	ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	4.19	0.42	มาก
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.17	0.42	มาก
	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	4.12	0.43	มาก
	อื่นๆ	4.10	0.42	มาก

จากตาราง 10 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านจำแนกตามอาชีพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.20	0.53	มาก
	ปริญญาตรี	4.21	0.50	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.16	0.48	มาก
2. ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.36	0.52	มาก
	ปริญญาตรี	4.30	0.51	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.30	0.44	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.21	0.51	มาก
	ปริญญาตรี	4.16	0.54	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	0.60	มาก
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.04	0.59	มาก
	ปริญญาตรี	3.96	0.54	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.50	มาก
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.20	0.41	มาก
	ปริญญาตรี	4.16	0.43	มาก
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.12	4.10	มาก

จากตาราง 11 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านจำแนกตามระดับการศึกษาความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน
จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ (n = 400)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	สำนักงานภาคเหนือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านบุคลากร	เชียงใหม่	4.05	0.36	มาก
	เชียงราย	4.22	0.48	มาก
	พิษณุโลก	4.30	0.43	มาก
	ตาก	4.27	0.64	มาก
	แม่ฮ่องสอน	4.49	0.28	มาก
	แพร่	4.16	0.48	มาก
	อุทัยธานี	4.10	0.53	มาก
	สุโขทัย	4.00	0.52	มาก
2. ด้านการให้บริการ	เชียงใหม่	4.13	0.43	มาก
	เชียงราย	4.32	0.51	มาก
	พิษณุโลก	4.55	0.38	มาก
	ตาก	4.39	0.67	มาก
	แม่ฮ่องสอน	4.51	0.35	มาก
	แพร่	4.29	0.51	มาก
	อุทัยธานี	4.09	0.43	มาก
	สุโขทัย	4.23	0.44	มาก
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	เชียงใหม่	4.10	0.36	มาก
	เชียงราย	4.23	0.65	มาก
	พิษณุโลก	4.31	0.48	มาก
	ตาก	4.27	0.48	มาก
	แม่ฮ่องสอน	4.42	0.38	มาก
	แพร่	3.90	0.67	มาก
	อุทัยธานี	3.87	0.62	มาก
	สุโขทัย	4.10	0.55	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	สำนักงานภาคเหนือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	เชียงใหม่	3.88	0.51	มาก
	เชียงราย	4.03	0.56	มาก
	พิษณุโลก	4.10	0.48	มาก
	ตาก	4.15	0.61	มาก
	แม่ฮ่องสอน	4.21	0.45	มาก
	แพร่	3.79	0.38	มาก
	อุทัยธานี	3.80	0.55	มาก
	สุโขทัย	3.93	0.57	มาก
รวม	เชียงใหม่	4.04	0.35	มาก
	เชียงราย	4.20	0.46	มาก
	พิษณุโลก	4.32	0.38	มาก
	ตาก	4.27	0.50	มาก
	แม่ฮ่องสอน	4.41	0.30	มาก
	แพร่	4.04	0.38	มาก
	อุทัยธานี	3.98	0.40	มาก
	สุโขทัย	4.07	0.43	มาก

จากตาราง 12 แสดงว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านจำแนกตามสำนักงานภาคเหนือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
1. ด้านบุคลากร	ชาย	200	4.18	0.55	-0.69	0.49
	หญิง	200	4.22	0.43		
2. ด้านการให้บริการ	ชาย	200	4.31	0.53	0.33	0.97
	หญิง	200	4.31	0.46		
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ชาย	200	4.13	0.57	-0.50	0.62
	หญิง	200	4.17	0.53		
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ชาย	200	4.00	0.54	0.31	0.76
	หญิง	200	3.98	0.52		
รวม	ชาย	200	4.16	0.46	-0.26	0.80
	หญิง	200	4.17	0.39		

จากตาราง 13 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.12	0.04	0.17	0.92
	ภายในกลุ่ม	396	97.56	0.25		
	รวม	399	97.68			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.49	0.16	0.65	0.58
	ภายในกลุ่ม	396	98.31	0.25		
	รวม	399	98.80			
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.58	0.20	0.64	0.59
	ภายในกลุ่ม	396	120.19	0.30		
	รวม	399	120.78			
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.30	0.43	1.55	0.20
	ภายในกลุ่ม	396	110.73	0.28		
	รวม	399	112.03			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.45	0.15	0.84	0.47
	ภายในกลุ่ม	396	70.72	0.18		
	รวม	399	71.17			

จากตาราง 14 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.72	0.24	0.98	0.40
	ภายในกลุ่ม	396	96.96	0.25		
	รวม	399	97.68			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.90	0.30	1.22	0.30
	ภายในกลุ่ม	396	97.89	0.25		
	รวม	399	98.80			
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.78	0.26	0.86	0.46
	ภายในกลุ่ม	396	119.99	0.30		
	รวม	399	120.78			
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.27	0.09	0.32	0.81
	ภายในกลุ่ม	396	111.76	0.28		
	รวม	399	112.03			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.42	0.14	0.77	0.51
	ภายในกลุ่ม	396	70.76	0.18		
	รวม	399	71.17			

จากตาราง 15 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.11	0.06	0.22	0.80
	ภายในกลุ่ม	397	97.57	0.25		
	รวม	399	97.68			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.22	0.11	0.43	0.65
	ภายในกลุ่ม	397	98.58	0.25		
	รวม	399	98.80			
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.20	0.60	1.98	0.14
	ภายในกลุ่ม	397	119.59	0.30		
	รวม	299	120.78			
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.28	0.14	0.50	0.61
	ภายในกลุ่ม	397	111.75	0.28		
	รวม	399	112.03			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.20	0.10	0.55	0.58
	ภายในกลุ่ม	397	70.98	0.18		
	รวม	399	71.17			

จากตาราง 16 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามสำนักงาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	7	8.65	1.24	5.44*	0.00
	ภายในกลุ่ม	392	89.03	0.23		
	รวม	399	97.68			
2. ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7	9.63	1.38	6.05*	0.00
	ภายในกลุ่ม	392	89.18	0.23		
	รวม	399	98.80			
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	7	13.27	0.90	6.91*	0.00
	ภายในกลุ่ม	392	107.51	0.27		
	รวม	299	120.78			
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์	ระหว่างกลุ่ม	7	9.03	1.29	4.91*	0.00
	ภายในกลุ่ม	392	103.01	0.26		
	รวม	399	112.03			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7	8.78	1.25	7.88*	0.00
	ภายในกลุ่ม	392	62.40	0.16		
	รวม	399	71.17			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ ทั้ง 8 สำนักงาน โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านบุคลากร
จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ

สำนักงาน	$\bar{X}$	เชียงใหม่	เชียงราย	พิษณุโลก	ตาก	แม่ฮ่องสอน	แพร่	อุทัยธานี	สุโขทัย
		4.04	4.20	4.31	4.27	4.41	4.04	3.97	4.07
เชียงใหม่	4.04	-	0.18	0.25	0.22	0.44*	0.11	0.06	0.05
เชียงราย	4.20	-	-	0.07	0.04	0.26	0.06	0.12	0.23
พิษณุโลก	4.31	-	-	-	0.32	0.19	0.14	0.19	0.30
ตาก	4.27	-	-	-	-	0.22	0.11	0.16	0.27
แม่ฮ่องสอน	4.41	-	-	-	-	-	0.33	0.38*	0.49*
แพร่	4.04	-	-	-	-	-	-	0.05	0.16
อุทัยธานี	3.97	-	-	-	-	-	-	-	0.11
สุโขทัย	4.07	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ของสำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานอุทัยธานี และสำนักงานสุโขทัย มีความพึงพอใจด้านบุคลากรแตกต่างกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้บริการ
จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ

สำนักงาน	$\bar{X}$	เชียงใหม่	เชียงราย	พิษณุโลก	ตาก	แม่ฮ่องสอน	แพร่	อุทัยธานี	สุโขทัย
		4.04	4.20	4.31	4.27	4.41	4.04	3.97	4.07
เชียงใหม่	4.04	-	0.19	0.43*	0.26	0.38*	0.16	0.37	0.11
เชียงราย	4.20	-	-	0.23	0.07	0.18	0.03	0.23	0.09
พิษณุโลก	4.31	-	-	-	0.16	0.47	0.26	0.46*	0.32
ตาก	4.27	-	-	-	-	0.12	0.10	0.30	0.16
แม่ฮ่องสอน	4.41	-	-	-	-	-	0.22	0.42*	0.27
แพร่	4.04	-	-	-	-	-	-	0.20	0.06
อุทัยธานี	3.97	-	-	-	-	-	-	-	0.14
สุโขทัย	4.07	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ของสำนักงานพิษณุโลกกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการแตกต่างกับสำนักงานเชียงใหม่ และคู่ของสำนักงานพิษณุโลกกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานอุทัยธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร
จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ

สำนักงาน	$\bar{X}$	เชียงใหม่	เชียงราย	พิษณุโลก	ตาก	แม่ฮ่องสอน	แพร่	อุทัยธานี	สุโขทัย
		4.04	4.20	4.31	4.27	4.41	4.04	3.97	4.07
เชียงใหม่	4.04	-	0.13	0.21	0.16	0.32	0.20	0.23	0.00
เชียงราย	4.20	-	-	0.08	0.04	0.20	0.33	0.36	0.12
พิษณุโลก	4.31	-	-	-	0.04	0.11	0.41*	0.44*	0.20
ตาก	4.27	-	-	-	-	0.16	0.36	0.40*	0.16
แม่ฮ่องสอน	4.41	-	-	-	-	-	0.52*	0.56*	0.32
แพร่	4.04	-	-	-	-	-	-	0.33	0.20
อุทัยธานี	3.97	-	-	-	-	-	-	-	0.24
สุโขทัย	4.07	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ของสำนักงานแพร่มีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกับสำนักงานพิษณุโลกและสำนักงานอุทัยธานี และคู่ของสำนักงานตากกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานอุทัยธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่และอุปกรณ์
จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ

สำนักงาน	$\bar{X}$	เชียงใหม่	เชียงราย	พิษณุโลก	ตาก	แม่ฮ่องสอน	แพร่	อุทัยธานี	สุโขทัย
		4.04	4.20	4.31	4.27	4.41	4.04	3.97	4.07
เชียงใหม่	4.04	-	0.16	0.22	0.27	0.33	0.09	0.08	0.05
เชียงราย	4.20	-	-	0.07	0.12	0.18	0.24	0.24	0.11
พิษณุโลก	4.31	-	-	-	0.05	0.11	0.31	0.30	0.18
ตาก	4.27	-	-	-	-	0.06	0.36	0.35	0.23
แม่ฮ่องสอน	4.41	-	-	-	-	-	0.42*	0.41*	0.28
แพร่	4.04	-	-	-	-	-	-	0.01	0.14
อุทัยธานี	3.97	-	-	-	-	-	-	-	0.13
สุโขทัย	4.07	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ของสำนักงานแพร่และสำนักงานอุทัยธานีมีความพึงพอใจด้านสถานที่และอุปกรณ์แตกต่างกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างโดยรวม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือ

สำนักงาน	$\bar{X}$	เชียงใหม่	เชียงราย	พิษณุโลก	ตาก	แม่ฮ่องสอน	แพร่	อุทัยธานี	สุโขทัย
		4.04	4.20	4.31	4.27	4.41	4.04	3.97	4.07
เชียงใหม่	4.04	-	0.16	0.28	0.23	0.37*	0.00	0.07	0.03
เชียงราย	4.20	-	-	0.11	0.70	0.20	0.17	0.24	0.14
พิษณุโลก	4.31	-	-	-	0.05	0.09	0.28	0.35*	0.25
ตาก	4.27	-	-	-	-	0.14	0.23	0.30*	0.20
แม่ฮ่องสอน	4.41	-	-	-	-	-	0.37	0.44	0.34*
แพร่	4.04	-	-	-	-	-	-	0.07	0.03
อุทัยธานี	3.97	-	-	-	-	-	-	-	0.10
สุโขทัย	4.07	-	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ของสำนักงานอุทัยธานี สำนักงานแพร่ สำนักงานสุโขทัย และสำนักงาน เชียงใหม่ มีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน และสำนักงานพิษณุโลกกับสำนักงานตากมีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานอุทัยธานี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร จะได้รับคำชมจากนักท่องเที่ยว เช่น มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีอัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ พูดจาไพเราะ ให้ข้อมูลได้ชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

ด้านการให้บริการ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวจะตอบว่าได้รับความสะดวกและได้รับการต้อนรับจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และตอบคำถามได้ชัดเจนเข้าใจง่าย

ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมยังขาดข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ เช่น เอกสารงานประเพณีที่เป็นภาษาอังกฤษ บางสำนักงานมีข้อมูล/แผนที่ไม่ครบทุกจังหวัด และยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศข้างเคียง

ด้านสถานที่และอุปกรณ์ โดยภาพรวมปัญหาหลักที่พบจากแบบสอบถามจะเป็นเรื่องที่จอดรถ เช่น จอดรถยาก ไม่มีที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ ที่จอดรถคับแคบ / บางคนต้องการสืบค้นข้อมูลเองแบบห้องสมุด / ป้ายบอกทางมาสำนักงานบางสำนักงานก็ไม่ชัดเจน และเสนอแนะให้มีคู่มือแนะนำดีมีไว้บริการ / ป้ายบอกทางมาสำนักงานไม่ชัดเจน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) สามารถสรุปขั้นตอนได้ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่และอุปกรณ์ ตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสำนักงานภาคเหนือ

ความสำคัญการวิจัย

ผลของการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของสำนักงานภาคเหนือ และภาคอื่น ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 9,515 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2552)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า

ตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานในภาคเหนือ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่และอุปกรณ์

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร สำนักงานภาคเหนือต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสำนักงานภาคเหนือ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่และอุปกรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคอร์ท ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านข้อมูล และด้านสถานที่และอุปกรณ์

2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตรตรวจสอบ และแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมปริญญาบัตรไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งตรวจสอบความถูกต้อง และหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำจากคณะกรรมการไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึงผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. นำหนังสือแนะนำตัวและแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล
2. นำข้อมูลในตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
3. นำข้อมูลในตอนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
4. นำข้อมูลตอนที่ 3 มาสรุปแต่ละด้านแล้วนำเสนอในรูปความเรียง

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นเพศชาย 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50
2. นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นอายุ 15-24 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 อายุ 25-34 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุ 35-54 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00
3. นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็นอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 อาชีพอื่นๆ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20
4. นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ปริญญาตรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50
5. นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสำนักงานภาคเหนือเก็บข้อมูลสำนักงานละ 50 คนคิดเป็นร้อยละ 12.50

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสำนักงานภาคเหนือ สรุปได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และไม่แตกต่างกัน

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสารสำนักงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายสำนักงาน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ สรุปได้ดังนี้

- ด้านบุคลากร พบว่า สำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานอุทัยธานี และสำนักงานสุโขทัย มีความพึงพอใจด้านบุคลากรแตกต่างกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

- ด้านการให้บริการ พบว่า ของสำนักงานพิษณุโลกกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการแตกต่างกับสำนักงานเชียงใหม่ และคูของสำนักงานพิษณุโลกกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานอุทัยธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

- ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ของสำนักงานแพร่มีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกับสำนักงานพิษณุโลกและสำนักงานอุทัยธานี และคูของสำนักงานตากกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน มีความพึงพอใจแตกต่างกับสำนักงานอุทัยธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

- ด้านสถานที่และอุปกรณ์ พบว่า ของสำนักงานแพร่และสำนักงานอุทัยธานีมีความพึงพอใจด้านสถานที่และอุปกรณ์แตกต่างกับสำนักงานแม่ฮ่องสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่พบความแตกต่าง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านบุคลากร โดยภาพรวมเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร จะได้รับคำชมจากนักท่องเที่ยว เช่น มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีอัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ พูดจาไพเราะ ให้ข้อมูลได้ชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

2. ด้านการให้บริการ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวจะตอบว่าได้รับความสะดวกและได้รับการต้อนรับจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และตอบคำถามได้ชัดเจนเข้าใจง่าย

3. ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมยังขาดข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ เช่น เอกสารงานประเพณีที่เป็นภาษาอังกฤษ บางสำนักงานมีข้อมูล/แผนที่ไม่ครบทุกจังหวัด และยังไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ

4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์ โดยภาพรวมปัญหาหลักที่พบจากแบบสอบถามจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจอดรถ เช่น จอดรถยาก ไม่มีที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ ที่จอดรถคับแคบ / บางคนต้องการสืบค้นข้อมูลเองแบบห้องสมุด / ป้ายบอกทางมาสำนักงานบางสำนักงานก็ไม่ชัดเจน และเสนอแนะให้มีคู่มือแนะนำนักท่องเที่ยว / ป้ายบอกทางมาสำนักงานไม่ชัดเจน

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบประเด็นซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมและด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านการให้บริการ เจ้าหน้าที่

ให้บริการด้วยความสุภาพและเต็มใจให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากกว่าทุก ๆ ข้อและเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากนั้นเป็นผลมาจากนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มุ่งเน้นถึงการพัฒนาด้านการบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักในการเป็นศูนย์รวมและให้บริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และมีหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้ข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะต้องพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวตลอดเวลาและพร้อมที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับเสริมสกุล เสรีกิจ. (2547: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการบริการท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่าง อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้พบว่าข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งก่อนเดินทางและหลังการเดินทาง ดังนั้นถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้โดยสะดวกและสามารถนำข้อมูลนั้นไปใช้ได้จริง ความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารก็สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และทุกระดับการศึกษาได้เหมือนกัน การให้บริการด้วยความสุภาพ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่แสดงออกกับนักท่องเที่ยวทุกคนไม่ว่าจะมีอายุ อาชีพ ชายหรือหญิง เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็จะให้บริการด้วยความเสมอภาพ ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับทฤษฎีเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ (อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล. 2542) ลักษณะของการบริการ (Appearance) ความไว้วางใจ (Reliability) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) ความเชี่ยวชาญ (Competence) ความมีอัธยาศัยนอบน้อม (Cerditability) ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ความปลอดภัย (Security) ความเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความเข้าใจลูกค้าและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding of customer)

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานต่างกัน พบว่ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ทั้งนี้สถานที่ตั้งของสำนักงานอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสำนักงานตั้งขึ้นไม่พร้อมกันมีทั้งสำนักงานที่ตั้งขึ้นมาก่อนเป็นเวลหลายปี ได้แก่ สำนักงานเชียงใหม่ สำนักงานเชียงราย สำนักงานแม่ฮ่องสอน สำนักงานตาก และสำนักงานพิษณุโลก ซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี การเดินทางมาใช้บริการจึงเป็นไปด้วยความราบรื่นซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการเป็นอย่างมาก ส่วนสำนักงานที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ได้แก่ สำนักงานแพร่ สำนักงานอุทัยธานีและสำนักงานสุโขทัย ซึ่งเป็นสำนักงานที่จัดตั้งขึ้นมาไม่กี่ปี ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้มาใช้บริการเท่าที่ควร การเดินทางไม่ค่อยสะดวก ป้ายบอกทางยัง

ไม่ชัดเจน และบุคลากรบางคนยังขาดประสบการณ์ในด้านการให้บริการ จึงเป็นสาเหตุของความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่พบจากงานวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสถานที่และอุปกรณ์โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เพื่อให้การบริการข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการไม่ควรให้นักศึกษาฝึกงานเป็นผู้ให้บริการเพียงลำพังควรมีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานอยู่ด้วยเสมอ
2. เอกสารสำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เอกสารแหล่งท่องเที่ยว เอกสารเทศกาลงานประเพณี ควรมีพิมพ์เผยแพร่ไว้หลายภาษา และให้มีไว้ทุกสำนักงาน
3. สำหรับสำนักงานที่ตั้งใหม่ ควรมีป้ายบอกทางมาสำนักงานตั้งแต่สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน หรือตามจุดท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้เดินทางมาสำนักงานได้โดยสะดวก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคอื่น ๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2552). ความหมายของนันทนาการ. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.osrd.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปี 2550. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2550). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์.
- (2552). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปี 2550. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2550). เอกสารประกอบการพิจารณายกระดับศูนย์ประสานงานขึ้นเป็นสำนักงานและ การจัดตั้งสำนักงาน ททท. แห่งใหม่เพิ่มเติมรวมทั้งการปรับเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ ใหม่. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2552). ข้อมูลภายในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2552, จาก <http://intranet.tat.or.th/apps/cms/index2.jsp>
- (2552). ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2552, จาก http://thai.tourismthailand.org/about_tat/
- การ์นต์ เจริญสุวรรณ. (2551). ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการพัฒนาการบริการ นันทนาการ ของอุทยานแห่งชาติคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร. ปริญญาโท ศศ.ม. (การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและการบริการ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษดา มณีขาว. (2551). ความพึงพอใจของผู้เล่นกอล์ฟที่มีต่อสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จรินทร์ ธานีรัตน์. (2533). นันทนาการชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จันทร์เพ็ญ ตูเทศนันท์. (2542). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานธนา หูบาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ สสม. (การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาการบริการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชมพูนุท พรสิบ. (2549). ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมลีลาศที่มีต่อการจัดการของสำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ปรินูญานิพนธ์. วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูชีพ เยาวพัฒน์. (2543). นันทนาการ. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- ดอยอินทนนท์. (2552). อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์, เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2552, จาก http://www.thai_tour.com
- เทเวศร์ พิริยะพจน์. (2545). การวิจัยทางพลศึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธานินทร์ ศิลป์จาร. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี. อินเตอร์พริ้น.
- บรรจง คณะวรรณ. (2531). กิจกรรมสร้างเสริมลักษณะนิสัยในการจัดการเรียนการสอนกิจกรรมนันทนาการในโรงเรียนประถมศึกษา. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศัญญา วีระไวทยะ. (2550). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ททท.1672. ปรินูญานิพนธ์. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- พิมพ์ชนก คันสนีย์. (2539). ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มนุษยศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ไพบูลย์ คุ่มคำ. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศน์จัดให้ ในเขตจังหวัดกาญจนบุรี. ปรินูญานิพนธ์. วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มรดกโลกในประเทศไทย. (2552). อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2552, จาก <http://www.thaiwh.com>
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม. (2547). องค์ประกอบของการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2552, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class4.htm>
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม. (2547). รูปแบบการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2552, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class4.htm>
- รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. (2538). จุลสารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เลิศวลีภรณ์ อรุณชัยรัตน์. (2549). ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของผู้ใช้บริการสวนวชิรเบญจทัศ. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (2542). พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). การวิจัยเชิงปฏิบัติ : คู่มือการวิจัย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิมลวรรณ สุธิบุตร. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของ บริษัท หนุ่มสาวทัวร์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2545). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยวทาง เรือล่องแม่น้ำโขง : กรณีศึกษาแม่ฮ่องสอนทัวร์. วิทยานิพนธ์. ศศ.ม. (การจัดการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วีระศักดิ์ คณะบุรณ์. (2547). ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย". วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การบริหารทรัพยากรป่าไม้). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2542). นันทนาการชุมชนและโรงเรียน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การ กีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาทิพย์ จีนาภักดิ์. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการล่องแพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2534) ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- สุทธิศรี ม่วงสาย. (2550). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการที่มีต่อการให้บริการงาน ทะเบียน สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิ จัดละ. (2549). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการของอุทยานการ เรียนรู้ต้นแบบ สังกัดสำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุรศักดิ์ นานานุกูล; และคณะ. (2538). แนวทางการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพทั่วทั้ง องค์กร. วารสารข้าราชการ, 40(478), หน้า 29 – 55.

- สุวรรณชัย ฤทธิ์รักษา. (2546). แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการ
 ทักษะ สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วังไพจิตร. (2534). จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทาง
 การเมือง. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- เสริมกุล เสรีจิ. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต. ปรินซ์นิพนธ์
 วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักส่งเสริมและพัฒนานันทนาการ. (2550). คู่มือการจัดกิจกรรมนันทนาการ. กระทรวงการ
 ท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- อมรา รัตตากร. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว
 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- อนุวัฒน์ ศุภชติกุล. (2542). ก้าวแรกของ TQM/CQI ในโรงพยาบาล. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
 สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล.
- 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 Abstract International*. 44(10): 30-40.
- Fitzerrald, Michael R; & Robert F Durant (1980)“Citizen Evaluation and Urban
 Management Service Delivery in an Era of protest. *Public Administration Review*
 40, 585-594.
- Parasurman. A.; Zeitharml, V.A.; & Berry, L.L. (1985). Aconceptual model of service quality
 And its implications for future research. *Journal of Marketting*. 49(4): 41-50.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำชี้แจงเกี่ยวกับคำถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนประกอบในการทำปฏิญาณพันธกิจของนิสิตปริญญาโท สาขา
การจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับ
ใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาการให้บริการข้อมูลข่าวสารของสำนักงานในประเทศ ให้มี
ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น อันนำมาซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่าน
ตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ เพราะข้อความจะมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
ใช้บริการข้อมูลสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านการให้บริการ
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร
4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประคอง พานิชกุล

ผู้วิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร
ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนประกอบในการทำปฏิญาณพันธ์ ของนิสิตปริญญาโท
สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็น ของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูล
ข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 15 - 24 ปี
☐ 25 - 34 ปี
☐ 35 - 54 ปี
☐ 55 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ ☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน
☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต
☐ อื่น ๆ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี
5. สำนักงาน ☐ สำนักงานเชียงใหม่ ☐ สำนักงานเชียงราย
☐ สำนักงานพิษณุโลก ☐ สำนักงานตาก
☐ สำนักงานแม่ฮ่องสอน ☐ สำนักงานแพร่
☐ สำนักงานอุทัยธานี ☐ สำนักงานสุโขทัย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของคนไทยที่มีต่อการใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานภาคเหนือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านบุคลากร						
1. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว						
2. เจ้าหน้าที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว						
3. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว						
4. เจ้าหน้าที่มีปริมาณเพียงพอต่อการให้บริการ						
5. เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ/เหมาะสม						
ด้านการให้บริการ						
1. ให้บริการด้วยความสุภาพ						
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
3. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการ						
4. มีเจ้าหน้าที่ประจำที่เคาน์เตอร์ให้ข่าวสารตลอดเวลา						
5. ให้บริการข้อมูลครบถ้วนตามความต้องการ						
6. การขอรับข้อมูลไม่ยุ่งยาก						
ด้านข้อมูลข่าวสาร						
1. ความชัดเจนของข้อมูลและแผนที่						
2. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ได้จริง						
3. ข้อมูลทำให้เกิดความรู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยว						
4. มีเอกสารเพียงพอกับความต้องการ						
5. รูปเล่มสะดวกสำหรับพกพา						
6. ความสวยงามของภาพประกอบ						
ด้านสถานที่และอุปกรณ์						
1. มีที่นั่งพักสำหรับผู้มาติดต่อ						
2. มีที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ						
3. ความสะอาดบริเวณห้องให้บริการ						

ข้อคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
4. ความสะอาดของห้องน้ำ						
5. มีหนังสือพิมพ์/วารสาร/สิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการ						
6. มีมุมจัดวางเอกสารท่องเที่ยวที่สามารถหยิบได้เอง						
7. การตกแต่งของสำนักงานกลมกลืนกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น						
8. สถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่เข้าถึงสะดวกด้วยรถโดยสารสาธารณะ						

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ด้านบุคลากร

.....

.....

ด้านการให้บริการ

.....

.....

ด้านข้อมูลข่าวสาร

.....

.....

ด้านสถานที่และอุปกรณ์

.....

.....

* ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม *

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

- ชื่อ นางกนกวดี ฟังโพธิ์ทอง
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด ภาควิชาสันทนการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชื่อ นายสมควร โพธิ์ทอง
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด ภาควิชาสันทนการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชื่อ นายชัยโรจน์ สายพันธุ์
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังกัด ภาควิชาสันทนการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชื่อ นางสาวสิริพร มูอำมัด
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ กองข่าวสารท่องเที่ยว
สังกัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ชื่อ นางสาวปาริชาติ บุญคล้าย
ตำแหน่ง หัวหน้างานพัฒนาและส่งเสริมการตลาดภาคเหนือ
สังกัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-ชื่อสกุล	นางสาวประคอง พานิชกุล
วันเดือนปีเกิด	วันพุธที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2508
สถานที่เกิด	จังหวัดสงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	59/113 ซอยเพชรเกษม 94 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10160
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	นักสถิติ 6 กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2527	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จาก พณิชยการตั้งตรงจิตร
พ.ศ. 2533	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จาก พณิชยการมิมพล
พ.ศ. 2536	ศิลปศาสตรบัณฑิต การจัดการทั่วไป จาก วิทยาลัยครูสวนสุนันทา
พ.ศ. 2553	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ