

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวอุทยานน้ำคูบุด อำเภอสพาระ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกประเด็นนำเสนอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ
- แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
- แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภค
- แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ
- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจท่องเที่ยว
- เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (อุทยานน้ำคูบุด)
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

คำว่า การจัดการ (Management) จะใช้ในเรื่องของการบริหารงานของการจัดการธุรกิจ อันมี นักวิชาการ ได้ให้ความหมายไว้ว่าดังนี้

อัจฉรา ชีวะครະภูลกิจ (2549: 10) สรุปความหมายของการจัดการ ไว้ว่า การจัดการ คือ กระบวนการในการวางแผน จัดระเบียบองค์การ กระตุ้น และความคุ้มทรัพยากร อันประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน และทรัพยากรอื่น ๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้อย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2549: 13) ได้ให้ความหมายของการจัดการ (Management) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากร การบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling)

อันนาจ ชีระวนิช (2547: 9) สรุปความหมายของการจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้จัดการ ทำงานร่วมกับและ โดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรอื่น โดยใช้การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรภายใต้ของสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลง

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการ เป็นการร่วมมือกันทำกิจกรรม และประสานงานของกลุ่มนบุคคล โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนการจัดองค์การ การจูงใจและการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน และเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามนโยบายขององค์การ

### กระบวนการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช (2547: 21-22) ได้กล่าวว่า การบริหารการจัดการองค์การที่ประสบความสำเร็จนั้นจะใช้ผลิตภาพและประสิทธิภาพเป็นมาตรฐานดูแลประกอบการ การสร้างผลิตภาพและประสิทธิภาพเป็นเรื่องสำคัญของการจัดการเป็นเครื่องมือสำหรับนักบริหารและนักจัดการทุกคน และการจัดให้มีอยู่ควบคู่กับองค์การเสมอ กล่าว ได้อย่างง่าย ๆ ว่าที่ได้มีองค์การที่นั่นต้องมีการจัดการ เพราะองค์การเป็นที่รวมของทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุคุณซึ่งจะต้องถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าในเบื้องตนสินค้าและบริการสู่สังคม ส่วนการจัดการนั้นถ้ามองในเชิงของความหมายจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลเพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างประสานสัมพันธ์ในสัดส่วนที่เหมาะสม นำไปสู่การสร้างคุณค่าขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หากพิจารณาในเรื่องของหน้าที่จะเป็นเรื่องที่ทำเป็นขั้นตอนดังนี้คือ การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ การใช้ภาวะผู้นำและประเมินผลหรือการควบคุม

1) การวางแผน (Planning) ซึ่งเป็นหน้าที่กระบวนการจัดการขั้นตอนแรกที่เกี่ยวกับการตัดสินใจแบบล่วงหน้าในการที่กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายและแนวทางในการปฏิบัติ ในอนาคต โดยการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ และจุดแข็งจุดอ่อนขององค์การ ในการวางแผนในสภาพแวดล้อมปัจจุบันจะมีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานในเบื้องต้น ปรับปรุง พัฒนา วัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์ ไว้ ตลอดจนมีการกำหนดแผนดำเนินการและเป้าหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือนำทางสู่การบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

2) การจัดองค์การ (Organizing) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกลุ่มงานและหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การเพื่อให้สามารถดำเนินการคิจขององค์การ ได้อย่างเกิดผลสัมฤทธิ์ และสามารถก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์ในเบื้องต้น ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์การทั้งคนและเครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการจัดการองค์การ โดยทั่วไปจะมีการจัดแบ่งแผนงาน การกำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ของตำแหน่ง

3) การอำนวยการและภาวะผู้นำ (Leading) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาวะผู้นำของผู้บริหาร เพื่ออำนวยการหรือซักจุ่งห่ว่านล้มให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติหน้าที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังและเต็มใจ เพื่อผลสำเร็จของงาน ในการอำนวยการที่ดีจะต้องมีการใช้สิ่งจูงใจในลักษณะต่าง ๆ เพื่อสร้างทีมงานที่มีวัฒนาและกำลังใจและพร้อมที่จะเรียนรู้และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และจะต้องมีการสั่งการ การมอบหมายงาน และการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อผลสำเร็จของงานสำหรับการใช้ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของการใช้ทักษะของตัวผู้นำที่จะกระตุ้นทุกฝ่ายให้เกิดความเต็มใจและพร้อมใจดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายเพื่อองค์การ

4) การประเมินผล (Evaluation) หรือการควบคุม (Controlling) เป็นหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐาน เพื่อใช้เป็นมาตรการหรือเครื่องมือในการตรวจสอบและการติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางของแผนงานที่กำหนด ในเรื่องการควบคุมจะมีการวัดและติดตามผล การวิเคราะห์และประเมินผลกับมาตรฐาน และการปรับแก้ไขผลการดำเนินงานที่จำเป็นในการควบคุมนั้นกับบริหารจะต้องควบคุมมิติต่าง ๆ ขององค์การให้รอบด้าน เช่น การควบคุมต้นทุน การควบคุมเวลา การควบคุมทางบัญชี การควบคุมงบประมาณ และการควบคุมพฤติกรรม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจัดการองค์การที่จะสำเร็จผลได้นั้นต้องประกอบด้วย การจัดการองค์การเพื่อกำหนดโครงสร้างองค์การเพื่อใช้เป็นกลไกในการดำเนินการตามแผนงานนั้นเอง และในขณะที่ดำเนินงานตามแผนนั้นต้องอาศัยการอำนวยการและภาวะผู้นำเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างเกิดประสิทธิผล การประเมินผล (Evaluation) หรือการควบคุม เพื่อการตรวจสอบผลของการปฏิบัติงานและพัฒนาผลของการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นหากมีข้อผิดพลาดก็จะสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขได้ทันที

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

### ความหมายการจัดการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้มีขั้นตอน การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความล้มเหลว องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการจัดการอย่างเป็นระบบไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ รวมทั้งความร่วมมือขององค์กรภาครัฐ

ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีระบบ (ฉบับทัช วรรณกุลอม, 2552: 60-61) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญไว้ 6 ประการ คือ

ประการแรก นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือน (Visitor) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และรวมถึงนักท่องเที่ยว (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาเดินทางไม่ได้พักค้างคืน ประการที่สอง ตั่งดึงดูดใจ หรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรธรรมชาติ ทึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากน้ำมือมนุษย์หรือจากที่ธรรมชาติให้มา ประการที่สาม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทาง ท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม ความปลอดภัย ขั้นตอนการตรวจเข้าเมือง ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา ตลอดจนได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ประการที่สี่ องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุกๆ รูปแบบ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะเดียวกันก็ต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยในทุกๆ รูปแบบ หรือทำความเสียหายให้แก่ลึกล้ม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน ประการที่ห้า องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และติดใจเดินทางกลับมา ท่องเที่ยวอีก และประสบสุดท้าย เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากร การท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

ในการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวจากจะมีองค์ประกอบในการจัดการแล้วยังมีปัจจัยที่เกี่ยวเนื่องในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เมื่อจากนักท่องเที่ยว มีความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างถิ่นเพื่อศึกษา หาความรู้และความสามารถของธรรมชาติที่แปลกตา หรือขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่แตกต่างออกไป ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ขณะนี้การจัดการการท่องเที่ยวคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงปัจจัย 2 ด้านของแหล่งท่องเที่ยว (บุญลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549: 201-203)

ปัจจัยด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แห่งนั้น ที่จะรับนักท่องเที่ยวหรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความสนใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยว

เดินทางท่องเที่ยว สภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์หรือจิตใจนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวหรือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และขีดความสามารถรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพต่อธรรมชาติ และไม่กระทบทางลบต่อประชาชนท้องถิ่นจนเกิดความไม่พอใจ

ปัจจัยด้านความมีมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล ประกอบด้วย ความคงทนทางธรรมชาติ หรือคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่ดึงดูด สร้างแรงดึงดูดที่ปลอดภัยจากกลุ่มพิษ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกใน การบริการที่เหมาะสม การคมนาคมขนส่งที่ติดต่อกัน ได้ทั่วไปและมีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุ และโรคภัยไข้เจ็บ การบริการท่องเที่ยวที่ดี ความเป็นมิตรของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ เป้าหมาย แนวทาง และแผนปฏิบัติที่ดีจะต้องมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกใน การท่องเที่ยว และความร่วมมือขององค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น

### 3. แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของ งานบริการคือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวจึงควรอย่างยิ่ง ที่ต้องศึกษาลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและ ผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงที่สุด หาก บุคคลมีความพึงพอใจย่อมส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ตลอดจนทำให้เกิดความศรัทธา ในหน่วยงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ ดังนี้ (อนุก สุวรรณบันพิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ, 2548: 176)

- 1) ผลิตภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่จะ ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ประกอบการกิจกรรมบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการนี้จะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่าย และเขตติดต่อราคากลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3) สถานที่บริการ ผู้ประกอบธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องดำเนินถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้เป็นต้น

4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ประกอบกิจกรรมบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวก แก่ผู้รับบริการ ทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการ ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องทราบถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางแผนรูปแบบการบริการจะต้องดำเนินถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

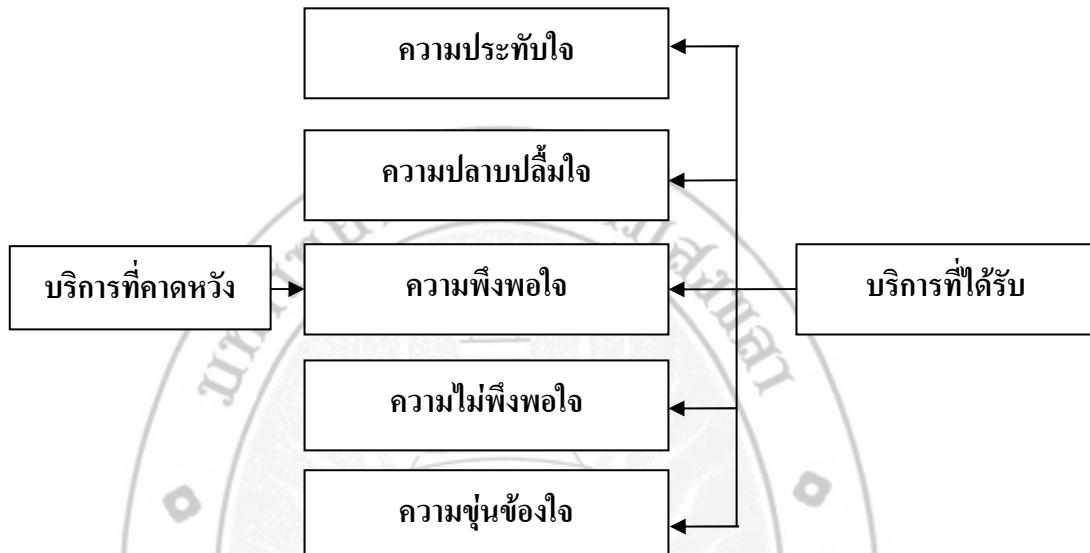
6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบกิจกรรมบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจกรรมบริการ และลือภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7) กระบวนการบริการ ผู้ประกอบกิจกรรมบริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพ ของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า ได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อไปประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการ หากการบริการตรงหรือเกินกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้จะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจและกลับมาใช้บริการในคราวต่อไประดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) ระดับความพึงพอใจที่ตระหนักรู้ความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกยินดี มีความสุขในการมารับบริการนั้น ๆ

2) ระดับความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกpleasant ใจหรือประทับใจในการได้รับบริการที่เกินความคาดหวังนั้น ดังภาพ 2



#### ภาพ 2 แสดงระดับของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา: อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ, 2548: 183.

จากความสำคัญของความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ในส่วนของเป้าหมายของความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมนักท่องเที่ยว ต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในให้บริการ ความพึงพอใจของบุคคลเป็นความรู้สึกที่บุคคลนั้นได้รับตามที่มุ่งหวังหรือที่คาดหวังไว้ ดังนั้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นความรู้สึกในทางที่ดีเป็นความชื่นชอบ พอใจ หรือประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวจริงด้วยตนเอง ซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลต่อการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่มีว่ามีมากน้อยเพียงใด

#### 4. แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ

แนวคิดส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการรวมมีส่วนประสมทางการตลาดที่มากกว่าธุรกิจที่ผลิตสินค้า ธุรกิจการบริการควรใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย 7P's ดังต่อไปนี้ (Kotler, 2007 อ้างถึงใน ปรีชญา ชุมศรี, 2554: 211-212)

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ในที่นี้หมายถึง รูปแบบการบริการนั้นเอง ซึ่งจะครอบคลุมไปถึงคุณภาพของการบริการ ระดับขั้นของการบริการ ตราและชื่อตรา สายการบริการ รายการการบริการ การรับประกัน การบริการตลอดการขายบริการ และบริการหลังการขายด้วย
- 2) ราคา (Price) การกำหนดราคา ควรคำนึงถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สนใจเชื้อ เนื่องจากการกำหนดระดับราคาต้องคำนึงถึงการให้การบริการต่างๆ ที่แตกต่างกัน และมีผลต่อการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ เมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่าง ราคา และคุณภาพการบริการที่ได้รับ
- 3) การจัดจำหน่าย (Place) ทำเลที่ตั้งของสถานที่ หรือหน่วยที่ให้บริการ และความง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ใช้บริการจะนำมาใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจ รวมถึงช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ง่ายดาย ไม่ซับซ้อน ไม่เสียเวลา ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญไม่น้อยและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการในการสื่อสาร กับตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำ การยอมรับ โดยการใช้รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ หรือการใช้ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ธุรกิจจะเลือกใช้วิธีการสื่อสาร ทางการตลาดรูปแบบใดนั้น ต้องพิจารณาตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับตลาดเป้าหมายด้วย หรืออาจจะใช้วิธีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น
- 5) บุคลากร (People) ในธุรกิจการบริการ คำว่าบุคลากร ในที่นี้หมายถึง บุคคลทุกคน ที่ทำงานอยู่ในองค์กรทุกคน มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการทำงานอย่างเดียวกัน คือ สร้าง ความประทับใจความพึงพอใจ และความซาบซึ้งใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ที่มาใช้บริการ แต่ต้าหากบุคลากร คนใดที่ทำหน้าที่ในการบริการต่อลูกค้าโดยตรง ก็ต้องเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนทักษะในหน้าที่นี้ มาเป็นอย่างดี และได้รับการเพิ่มพูนความรู้ความชำนาญอย่างสม่ำเสมอ จึงจะทำให้การสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปในทางที่ดี อันจะนำไปสู่การสร้างความจริงกักษต่อตราสินค้า

6) การนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ในปัจจุบันธุรกิจบริการจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญในเรื่องการนำเสนอหลักฐานทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เนื่องจากลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการค่อนข้างมาก เช่น การออกแบบอาคารลิ่งก่อสร้าง การสร้างรั้ว สภาพแวดล้อมทางภายนอกและภายในของหน่วยบริการหรือสำนักงาน การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม และการเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน เป็นต้น

7) กระบวนการ (Process) กระบวนการการผลิตบริการ หรือระยะเวลาในการส่งมอบบริการ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ได้แก่ ความเหลือข้างต้น เนื่องจากในปัจจุบัน ลูกค้าต้องการความรวดเร็วและคุณภาพของการบริการที่มากขึ้น ดังนั้น การกำหนดนโยบายบริหารเวลาในการบริการลูกค้า จะต้องเป็นหลักการที่ผู้บริหารขององค์กรคิดขึ้นมา เพื่อให้พนักงานทุกระดับ ได้ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะพนักงานในระดับปฏิบัติการ เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้บริโภค โดยตรง และในขณะเดียวกันนโยบายดังกล่าวก็มีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วยในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่อการใช้บริการในโอกาสต่อไป

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่นักวิชาการทางด้านการตลาดได้เพิ่มเติม 3 ประการ ได้แก่ บุคลคด การนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการการให้บริการ ส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดมีความครอบคลุม สมบูรณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และนำไปสู่การสร้างความจงรักภักดีตลอดไป การจัดการห้องเที่ยวอุทyanan ก็นำเสนอได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในการวางแผน การจัดการห้องเที่ยว

## 5. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจห้องเที่ยว เป็นกระบวนการตัดสินใจเลือกบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความรอบคอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ศุภลักษณ์ อัคราภกุร (2547: 83-84) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจห้องเที่ยวมีปัจจัยต่าง ๆ อีกมาก many เข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าเป็นแรงจูงใจหรือปัจจัยในการเลือก ทั้งปัจจัยส่วนตัวหรือปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายนอก ได้แก่ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความสนใจ ครอบครัว เงินเหลือใช้งาน การใช้ชีวิต ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ คำแนะนำจากตัวแทน (Travel Agent) ข่าวสารจากสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำบอกเล่าของคนรู้จัก ศาสนา สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว การเมือง และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวที่ไหนนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยที่ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้นจะมีผลต่อการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมากน้อย เพียงใดแล้วแต่ว่าสถานะทางด้านประชากร คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ กีฬากับสถานที่ท่องเที่ยว และสาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวสามารถจะพิจารณาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ปัจจัยด้านการคุณภาพ เนื่องจากระยะทางมีความจำเป็นมากต่อการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ไกลตัวเมืองจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากแห่งหนึ่ง

2) ปัจจัยด้านร้านอาหาร เช่น เนื่องจากความสะอาดของร้านอาหารและรสชาติของอาหารที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นร้านอาหารก็มีส่วนสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว เพราะความประทับใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และบริการ จะก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวครั้งต่อไปได้

3) ปัจจัยด้านบริการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นบริการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร้านยอด ส้าง ถ่ายรูป และร้านอินเตอร์เน็ตจะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น หากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการเสียเวลาไปล้างอัคูปที่อื่น ๆ นักท่องเที่ยวจะล้างอัคูปที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นเลย หรือนักท่องเที่ยวต้องการติดต่อหรือทราบข่าวสารจากบุคคลอื่น ๆ ก็สามารถใช้บริการอินเตอร์เน็ตได้

4) ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเองหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีผลต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวนั้นดีหรือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีผลดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มหรือการออกต่อ ๆ กันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะก่อให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นได้

5) ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนา เช่น นโยบายของชุมชน หน่วยงานของภาครัฐ หรือเอกชนช่วยส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวสร้างรายได้มากขึ้น เพราะสถานที่ท่องเที่ยวได้รับการพัฒนามากในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทาง สถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะเป็นที่สนใจ เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย นักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวมากขึ้น และจะเกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

6) ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะมีผลให้เกิดการท่องเที่ยวมาก น้อย หรือไม่อ่าางไร หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีของที่ระลึกที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวอาจมาท่องเที่ยวเพื่อซื้อของที่ระลึกแทนที่จะท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ก็ได้ ดังนั้นของที่ระลึกมีความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

7) ปัจจัยด้านความปลอดภัย เนื่องจากความปลอดภัยเป็นความต้องการของมนุษย์ ส่วนหนึ่ง ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรเน้นให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความปลอดภัยที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมี เช่น ความปลอดภัยจากโจรกรรมสร้างของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยจากพาหนะในการนำเที่ยว และความปลอดภัยอื่น ๆ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจในการท่องเที่ยวได้

8) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบ้างสถานที่ต่าง ๆ ก็สนใจและต้องการจะทราบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จึงมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จึงต้องสื่อถึงความรวดเร็ว สะดวก ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ การบริการของพนักงานที่จะให้แก่นักท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วย

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวที่ใด ๆ นั้น ประกอบด้วย ราคา คุณภาพ สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร การบริการ สิ่งคงดูดใจ ของที่ระลึก ความปลอดภัย เป็นต้น โดยสถานภาพทางด้านประชากร คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของนักท่องเที่ยว จะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และสาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น

## 6. เอกห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (อุทยานนกน้ำคุบุด)

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (คุบุด) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของนกน้ำหลายชนิด ทั้งนกประจำถิ่นและนกอพยพมาจากแหล่งอื่นเป็นจำนวนมาก สภาพพื้นที่มีความหลากหลายทางด้านถิ่นที่อยู่ ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วย ทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ สัตว์ป่าและสัตว์น้ำ ทางกระบรรพ์และสหกรณ์ (ซึ่งในขณะนี้) ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นสำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงได้ประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ตั้งแต่วันที่ 19 เมษายน พ.ศ.2519 และในปี พ.ศ.2520 และได้จัดตั้งสำนักงานเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ประจำเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลาจากนั้นเป็นต้นมา และ

กล้ายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันในนาม “อุทยานน้ำคูขุด” ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ศึกษาธรรมชาติ และการเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อันได้แก่ วิถีชีวิตของชุมชน 法宝สมุทรสทิงพระที่สืบทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาเป็นเวลาช้านาน ตลอดจนผลิตภัณฑ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ (อรสา คงทอง, 2549: 3)

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 งานวิจัยในประเทศ

จารยา บัวเพ็ง (2552) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ในจังหวัดพังงา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการและสภาพของตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเทศไทยเดินป่าศึกษาธรรมชาติในจังหวัดพังงา และเพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเทศไทยเดินป่าศึกษาธรรมชาติในจังหวัดพังงา ให้ชัดเจน เชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดพังงามีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประเทศไทยเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งมีความพร้อมในด้านความอุดมสมบูรณ์ ความหลากหลายของระบบนิเวศ มีความปลอดภัยในการจัดการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความสะอาดสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่เกือบทุกอำเภอและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สำหรับสภาพของตลาด พบว่า มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละปีโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและต่างประเทศ อาทิ เดนมาร์ก สวีเดน สาธารณรัฐเช็ก สโล伐เกีย ฯ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ มีการพักแรมน้อยมาก แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องทั้งปี ได้แก่ วนอุทยานสระนางมโนราห์ รองลงมา ได้แก่ เขตราชพั恩ธ์สัตว์ป่าโภตันปริวรรต และวนอุทยานน้ำตกกรมน้ำ สำหรับอุทยานขนาดเล็ก ลักษณะท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจมากในช่วงเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเทศไทยเดินป่าศึกษาธรรมชาติทุกแห่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยกเว้นเขตราชพั恩ธ์สัตว์ป่าโภตันปริวรรตแห่งเดียวที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่า

หยุ่น เจีย (2552) การศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเพชรบุรี การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ตารางไขว้ การทดสอบค่าที่

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้ไวรชี LSD และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นสีด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 2,001-4,000 Yuan (10,000-20,000 บาท) มาท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงวันลาพักผ่อน ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ในช่วงปิดภาคเรียน

สายรุ้ง ดินโอกสูง (2549) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาหาดชบา ตำบลชบา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการของ การท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านชบา 2) ศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในทัศนะของชุมชน 3) ศึกษา การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในด้านการท่องเที่ยว 4) ศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในด้าน การท่องเที่ยว 5) ศึกษาประโยชน์และผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และ 6) ศึกษา ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน วิธีการศึกษา ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากการท่องเที่ยวชุมชน สามารถชาวบ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 ราย ผลการศึกษาพบว่า หลักการจัดการท่องเที่ยวของชาวบ้านชบามีโครงสร้าง การบริหารที่ไม่ซับซ้อน โดยตั้งอยู่บนหลักของความโปร่งใสและความยุติธรรม และเปิดโอกาสให้ สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

บุญมี นุดสะดาววงศ์ (2552) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่ป่าสงวน แห่งชาติภูเขา��วย: กรณีศึกษาเส้นทางเดินป่าของชุมชนบ้านนา เมืองท่าพะนาด แขวงบ่อค้ำไช สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ 1) วิเคราะห์สภาพทั่วไปของ การจัดกิจกรรมการเดินป่า 2) ศึกษามาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสอดคล้อง และเหมาะสม ในระดับพื้นที่ และ 3) ศึกษาแนวทางและปัจจัยที่มีส่วนในการเสริมสร้างให้ชุมชน สามารถแก้ไขปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ด้านพื้นที่ ชุมชนบ้านนา มีจุดเด่นที่ส่งผลให้การจัด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับความสนใจ ประกอบด้วยพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประเภทกิจกรรมการเดินป่า ได้แก่ พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติภูเขา��วย โดยเฉพาะพื้นที่ป่าสงวนช้าง หอคูช้างที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ และมีเอกลักษณ์

พูเงิน ปออุ่นวงศ์ (2551) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และศึกษาสภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยว แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการสำรวจเชิงปริมาณแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิ เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ในกิจกรรมมีศักยภาพในระดับมาก ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนพักฟื้น และส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่มากกว่า 8 ครั้ง

ศศิรัตน์ ล้อยประเสริฐ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดสามร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 3) เปรียบเทียบ ระดับความคิดเห็นด่อการบริหารจัดการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 5) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีภูมิลำเนา อยู่ที่ภาคกลาง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อจับจ่าย ใช้สอยหา ซื้อสินค้า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน คลื่น มนจิตา (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อ การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรม ของผู้มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว 5) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตาม พฤติกรรมของผู้มาเที่ยว 7) หากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว และ 8) หากความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการใช้วิจัยคือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรม ของผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มาเที่ยววันเสาร์-วันอาทิตย์ เดินทางมาโดย รถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001-5,000 บาท และจะกลับมาเที่ยวอีก ระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว ด้านวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการแนะนำจูงใจผู้มาเที่ยว และด้านควบคุม ความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

มงคล อภิ矜หวัฒน์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการบริหารจัดการพระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวชาไทยส่วนใหญ่มีเหตุผลที่มาเที่ยว เช่น เพื่อพักผ่อน และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

มีสมາชิกที่เดินทางไปด้วยกันในครั้งนี้ 2-5 คน เวลาที่ใช้ในการเที่ยวชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาครั้งนี้ 101-500 บาท และทราบข้อมูลจากครอบครัวที่พามาเที่ยว/เพื่อนแนะนำ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีเหตุผลที่มาเที่ยวชั่วโมงเพื่อพักผ่อน และเดินทางโดยรถนำเที่ยว มาเป็นหมู่คณะ เวลาที่ใช้ในการเที่ยวชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาครั้งนี้ 501-1,000 บาท และทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในด้านระดับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพระราชวังบางปะอินโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

**ชลธิชา เพ่งพินิจ (2550)** ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพ จังหวัดกาญจนบุรี โดยศึกษาใน 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอถ้อยคำทางภาษาฯ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับปานกลาง

**นรากรณ์ จันทร์ลาด (2550)** ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ในด้านลักษณะทางภาษาฯ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางภาษาฯ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวมดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยว

ชาวไทยมีความเห็นด้วยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก

## 7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Yanez and Sevilla (2010) การศึกษา วิธีการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการป้องกันของป่าฝนเมเชอน: กรณีของเปรู วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำเสนอรูปแบบการกระจายอำนาจ การบริหารงานเป็นการตอบสนองต่อความท้าทายของการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในภูมิภาคเมเชอนของเปรู การศึกษาให้ภาพรวมของสภาพภูมิศาสตร์ของเปรูภูมิภาคเมเชอนและเน้นความสำคัญของพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ จากนั้นกล่าวถึงการเป็นศูนย์กลางของ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานำเสนอรูปแบบของการจัดการการบริหารน้ำตกรรมของเปรู สำหรับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเมเชอน รูปแบบของการจัดการ การทดสอบ การบริหารตามโครงสร้างทางการเมืองของเปรู องค์กรการจัดการพยายามจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับ การบริหารทางการเมืองตามรูปแบบของสถาบันทางการเมืองของเปรู การวิจัยครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับ ผู้บริหารการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของเมเชอน เน้นหลักการของการจัดการและทิศทางของ โปรแกรมการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งจากมุมมองของการบริหารการท่องเที่ยวและการจัดการ การศึกษานี้มีค่าอย่างยิ่งใหญ่และน่าสนใจในการจัดการการท่องเที่ยวในเมเชอน

Yacob, Rdam and Samdim (2011) การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติต่างๆ Redang Island, Malaysia ผล การศึกษาพบว่า สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนา วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็คือการตระหนักรถึงสิทธิและผลกระทบของประชาชน ในพื้นที่ที่มีคุณค่าทางชีวภาพ ความเอาใจใส่มากขึ้นของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม แนวทางการพัฒนา เป็นการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างผลทางเศรษฐกิจในระยะยาวของธุรกิจและโอกาส การจ้างงาน การศึกษาระบบนี้เป็นการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและแสดงความคิดเห็นต่อการจัด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การพัฒนาเกาะที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในมาเลเซีย งานวิจัยนี้มุ่งเน้น 4 ด้านคือ 1) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวและความเห็นในการจัดการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) การบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 4) ความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวในการดำเนินงาน การศึกษาวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 298 ตัวอย่าง ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการ

ที่แตกต่างกันของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการบำรุงรักษาตลอดจนการดำเนินงานจากผลการศึกษาเป็นประยุกต์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานทางทะเลในหมู่เกาะแห่งหนึ่งในมาเลเซีย ซึ่งจะเป็นแนวทางการจัดการอุทยาน และปรับปรุงการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน การพัฒนา การบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคต

Cole (2002) การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายของ การศึกษาเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของมิติคุณภาพการบริการบนพื้นฐานความตั้งใจเยี่ยมชมอีกรึ่ง ของนักท่องเที่ยว ในลักษณะตามธรรมชาติของการท่องเที่ยวมิติ 4 ประการของคุณภาพการบริการ (การอนุรักษ์และการศึกษา ข้อมูลสารสนเทศ คณะผู้ร่วมงาน และสิ่งอำนวยความสะดวก) ผลการวิจัย พบว่า ความพำยานในการอนุรักษ์และการศึกษาเกี่ยวกับที่พักเป็นสิ่งที่สนับสนุนความตั้งใจมาเยือน อีกรึ่งของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ให้คะแนนที่ข้อมูลสารสนเทศและคณะผู้ร่วมงานสนับสนุนความตั้งใจ มาเยือนอีกรึ่งของนักท่องเที่ยวรองลงมา และความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่ สนับสนุนความตั้งใจมาเยือนอีกรึ่งของนักท่องเที่ยวอย่างสุด สิ่งที่ค้นพบในการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่สูงเหมือนกับเป็นแรงเสริมความตั้งใจตามธรรมชาติของนักท่องเที่ยว ให้กลับมาใช้บริการอีกรึ่งในอนาคต และเป็นข้อรับประคันว่าจะเป็นผลในทางบวกในการประกอบต่อ แก่กรอบครัวและเพื่อนของพวากษา

Yu (2004) ได้ศึกษาแรงจูงใจความคาดหวังและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ชนบทได้หัวน (ภาษาได้หัวน) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ได้หัวน ส่วนมากมาจากความต้องการที่อยากใกล้ชิดกับธรรมชาติ ต้องการพักผ่อนกับครอบครัว อย่างมีความสุข และคาดหวังว่าจะมีความเบิกบานสำราญใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว จำนวนมากมีความพึงพอใจต่อประเทศที่สวยงามกว้างใหญ่ และประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร แหล่งท่องเที่ยวมีที่จอดรถสะดวกสบาย ราคาค่าที่พักมีความยุติธรรม นักท่องเที่ยว มีความคาดหวัง ที่จะได้เที่ยวชมเทคโนโลยีและงานประเพณีท้องถิ่น รู้สึกพากความเป็นอยู่ของชาวไร่ชาวสวนในชนบท นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจมากต่อสภาพแวดล้อมที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวกและความสะอาด และได้รับ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชนบทได้หัวน ผลการวิจัยยังสามารถที่จะนำไปใช้สำหรับหน่วยงาน ของรัฐเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของได้หัวนในอนาคต

Uysal and Birkan (2001) ได้ศึกษาเรื่องการวัดความพอใจของผู้เยี่ยมชม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่แสดงออกมากและสิ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือจะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ โดยทั่ว ๆ ไป ลักษณะเด่นพิเศษบางส่วนอาจมีความเกี่ยวข้องปานกลางกับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ เป็นเครื่องมือ และปัจจัยที่แสดงออกมากจากการศึกษาอาจช่วยกำหนดคุณภาพของนักการตลาดและ

นักวางแผนให้เข้าใจความ слับซับซ้อนของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของพฤติกรรมการเที่ยวชมที่มีอยู่จริง และสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยที่ใช้เป็นเครื่องมือมีผลในทางลบของความพึงพอใจ ในขณะที่สิ่งที่แสดงออกมากของความคาดหมาย มีผลในทางบวก แต่ส่วนที่แสดงออกมากของความคาดหมายจะต้องได้รับการตอบสนองความพึงพอใจทั้งหมด

