

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำคูขุด อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกประเด็นนำเสนอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว
3. แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภค
4. แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ
5. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจท่องเที่ยว
6. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (อุทยานนกน้ำคูขุด)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

คำว่า การจัดการ (Management) จะใช้ในเรื่องของการบริหารงานของการจัดการธุรกิจ อันมี นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ (2549: 10) สรุปความหมายของการจัดการไว้ว่า การจัดการ คือ กระบวนการในการวางแผน จัดระเบียบองค์การ กระตุ้น และควบคุมทรัพยากร อันประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน และทรัพยากรอื่น ๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

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

อำนาจ ชีระวนิช (2547: 9) สรุปความหมายของการจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้จัดการ ทำงานร่วมกับและโดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรอื่น โดยใช้การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการ เป็นการร่วมมือกันทำกิจกรรม และ ประสานงานของกลุ่มบุคคล โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนการจัดองค์การ การจูงใจและการควบคุม เพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน และเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามนโยบายขององค์การ

กระบวนการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช (2547: 21-22) ได้กล่าวว่า การบริหารการจัดการองค์การที่ ประสบความสำเร็จนั้นจะใช้ผลผลิตภาพและประสิทธิภาพเป็นมาตรวัดผลประกอบการ การสร้างผลิต ภาพและประสิทธิภาพเป็นเรื่องสำคัญของการจัดการเป็นเครื่องมือสำหรับนักบริหารและ นักจัดการทุกคน และควรจัดให้มีอยู่ควบคู่กับองค์การเสมอ กล่าวได้อย่างง่าย ๆ ว่าที่ใดมีองค์การ ที่นั่นต้องมีการจัดการ เพราะองค์การเป็นที่รวมของทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ คน เครื่องจักร เงินทุน วัสดุคิบซึ่งจะต้องถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างคุณค่าในแง่ของสินค้าและบริการสู่สังคม ส่วน การจัดการนั้นถ้ามองในเชิงของความหมายจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเพื่อให้มีการใช้ ทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างประสานสัมพันธ์ในสัดส่วนที่เหมาะสม นำไปสู่การสร้างคุณค่าของ องค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หากพิจารณาในเรื่องของหน้าที่จะเป็นเรื่องที่ทำเป็น ขั้นตอนดังนี้คือ การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยความสะดวก การใช้ภาวะผู้นำและประเมินผลหรือ การควบคุม

1) การวางแผน (Planning) ซึ่งเป็นหน้าที่กระบวนการจัดการขั้นตอนแรกที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจแบบล่วงหน้าในการที่กำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายและแนวทางในการปฏิบัติ ในอนาคต โดยการวิเคราะห์จากสถานะแวดล้อมที่เป็น โอกาสและข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ และ จุดแข็งจุดอ่อนขององค์การ ในการวางแผนในสถานะแวดล้อมปัจจุบันจะมีการกำหนดแนวทาง การดำเนินงานในแง่วิสัยทัศน์ ปรัชญา พันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์ไว้ ตลอดจนมี การกำหนดแผนดำเนินการและเป้าหมาย เพื่อเป็นเครื่องมือนำทางสู่การบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ขององค์การ

2) การจัดองค์การ (Organizing) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกลุ่มงานและหรือกิจกรรม ต่าง ๆ ขององค์การเพื่อให้สามารถดำเนินการกิจขององค์การได้อย่างเกิดผลสัมฤทธิ์ และสามารถ ก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์ในแง่การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์การทั้งคนและเครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการจัดการองค์การ โดยทั่วไปจะมีการจัดแบ่งแผนงาน การกำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ของตำแหน่ง

3) การอำนวยการและภาวะผู้นำ (Leading) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวกับการใช้ภาวะผู้นำของผู้บริหาร เพื่ออำนวยการหรือชักจูงให้ผู้อื่นได้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังและเต็มใจ เพื่อผลสำเร็จของงาน ในการอำนวยการที่จะต้องมีการใช้สิ่งจูงใจในลักษณะต่าง ๆ เพื่อสร้างทีมงานที่มีขวัญและกำลังใจและพร้อมที่จะเรียนรู้และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และจะต้องมีการสั่งการ การมอบหมายงาน และการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อผลสำเร็จของงานสำหรับการใช้ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของการใช้ทักษะของตัวผู้นำที่จะกระตุ้นทุกฝ่ายให้เกิดความเต็มใจและพร้อมใจดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายเพื่อองค์กร

4) การประเมินผล (Evaluation) หรือการควบคุม (Controlling) เป็นหน้าที่เกี่ยวข้องกับ การกำหนดมาตรวัด เพื่อใช้เป็นมาตรการหรือเครื่องมือในการตรวจสอบและการติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางของแผนงานที่กำหนด ในเรื่องการควบคุมจะมีการวัดและติดตามผล การวิเคราะห์ และประเมินผลกับมาตรวัด และการปรับแก้ไขผลการดำเนินงานที่จำเป็นในการควบคุมนั้นนักบริหารจะต้องควบคุมมิติต่าง ๆ ขององค์การให้รอบด้าน เช่น การควบคุมต้นทุน การควบคุมเวลา การควบคุมทางบัญชี การควบคุมงบประมาณ และการควบคุมพฤติกรรม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจัดการองค์การที่จะสำเร็จผลได้นั้นต้องประกอบด้วย การจัดองค์การเพื่อกำหนดโครงสร้างองค์การเพื่อใช้เป็นกลไกในการดำเนินการตามแผนงานนั่นเอง และในขณะที่ดำเนินงานตามแผนนั้นต้องอาศัยการอำนวยการและภาวะผู้นำเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างเกิดประสิทธิผล การประเมินผล (Evaluation) หรือการควบคุม เพื่อการตรวจสอบผลของการปฏิบัติงานและพัฒนาผลของการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นหากมีข้อผิดพลาดก็จะสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขได้ทันที

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

ความหมายการจัดการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้มีฉะนั้น การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จหรือไม่ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการจัดการอย่างเป็นระบบไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ รวมทั้งความร่วมมือขององค์กรภาครัฐ

ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีระบบ (ฉันทน์ วรรณถนอม, 2552: 60-61) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญไว้ 6 ประการ คือ

ประการแรก นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือน (Visitor) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และรวมถึงนักท่องเที่ยว (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน ประการที่สอง สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้นทั้งจากน้ำมือมนุษย์หรือจากที่ธรรมชาติให้มา ประการที่สาม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคม ความปลอดภัย ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง ถนน ไฟฟ้า ประปา การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา ตลอดจนได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ประการที่สี่ องค์การภาครัฐ ซึ่งมีนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุก ๆ รูปแบบ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลระมัดระวังไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน ประการที่ห้า องค์การภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจภาคบริการอันหลากหลาย เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และคิดใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก และประการสุดท้าย เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

ในการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวนอกจากจะมีองค์ประกอบในการจัดการแล้วยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างถิ่นเพื่อศึกษา หาความรู้และชมความสวยงามของธรรมชาติที่แปลกตา หรือขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่แตกต่างออกไป ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ฉะนั้นการจัดการการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การจัดการแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงปัจจัย 2 ด้านของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549: 201-203)

ปัจจัยด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น ที่จะรับนักท่องเที่ยวหรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความสนใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยว

เดินทางท่องเที่ยว สภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์หรือจินตนาภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และขีดความสามารถรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพต่อธรรมชาติ และไม่กระทบทางลบต่อประชาชนท้องถิ่นจนเกิดความไม่พอใจ

ปัจจัยด้านความมีมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล ประกอบด้วย ความงดงามทางธรรมชาติ หรือคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยจากมลพิษ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการที่เหมาะสม การคมนาคมขนส่งที่ติดต่อกันได้ทุกระบบและมีรถบริการสาธารณะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกันทั่วโลกได้ ความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุ และโรคภัยไข้เจ็บ การบริการท่องเที่ยวที่ดี ความเป็นมิตรของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ เป้าหมาย แนวทาง และแผนปฏิบัติการที่ดีจะต้องมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และความร่วมมือขององค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น

3. แนวคิดความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของงานบริการก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวจึงควรอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาถึงซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด หากบุคคลมีความพึงพอใจย่อมส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ตลอดจนทำให้เกิดความศรัทธาในหน่วยงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ ดังนี้ (อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ, 2548: 176)

1) ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการนี้จะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่าย และเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3) สถานที่บริการ ผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการ ทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการ ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

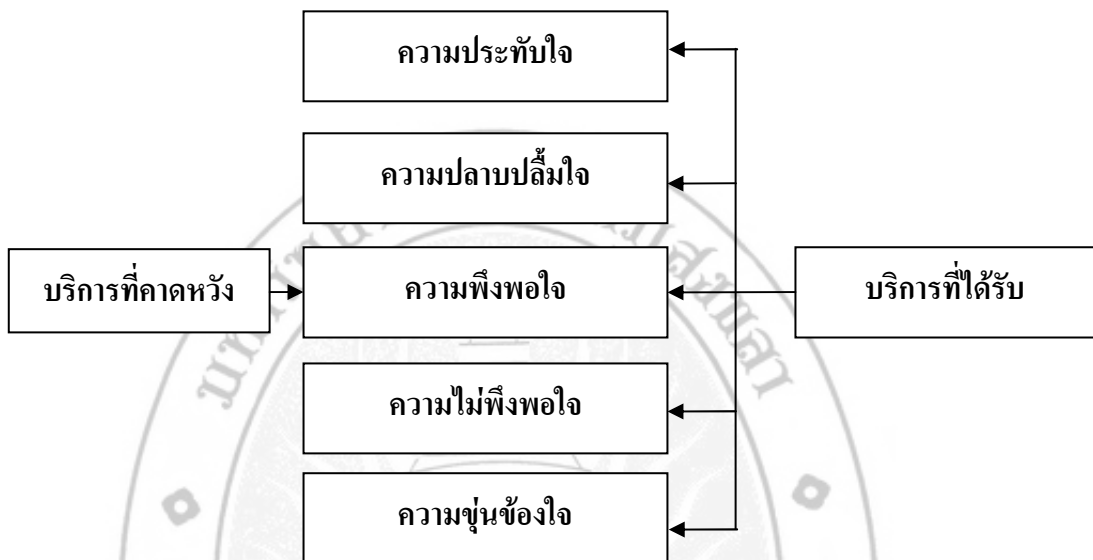
6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบการกิจการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7) กระบวนการบริการ ผู้ประกอบการกิจการบริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

นอกจากนี้ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการ หากการบริการตรงหรือเกินกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้จะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจและกลับมาใช้บริการในคราวต่อไป ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) ระดับความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ดีกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกยินดี มีความสุขในการมารับบริการนั้น ๆ

2) ระดับความพึงพอใจที่เกิดความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจในการได้รับบริการที่เกิดความคาดหวังนั้น ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงระดับของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา: อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2548: 183.

จากความสำคัญของความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ในส่วนของเป้าหมายของความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำคูบุด ต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในให้บริการ ความพึงพอใจของบุคคลเป็นความรู้สึกที่บุคคลนั้นได้รับตามที่มุ่งหวังหรือที่คาดหวังไว้ ดังนั้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวย่อมเป็นความรู้สึกในทางที่ดีเป็นความชื่นชอบ พอใจ หรือประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวจริงด้วยตนเอง ซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลต่อการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวก็ย่อมแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่มีว่ามีมากน้อยเพียงใด

4. แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ

แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการควรมีส่วนประสมทางการตลาดที่มากกว่าธุรกิจที่ผลิตสินค้า ธุรกิจบริการควรใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย 7P's ดังต่อไปนี้ (Kotler, 2007 อ้างถึงใน ปรีชญา ชุมศรี, 2554: 211-212)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ในที่นี้หมายถึง รูปแบบการบริการนั่นเอง ซึ่งจะครอบคลุมไปถึงคุณภาพของการบริการ ระดับชั้นของการบริการ ตราและชื่อตรา สายการบริการ รายการการบริการ การรับประกัน การบริการตลอดการขายบริการ และบริการหลังการขายด้วย

2) ราคา (Price) การกำหนดราคา ควรคำนึงถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อ เนื่องจากการกำหนดระดับราคาต้องคำนึงถึงการให้บริการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และมีผลต่อการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ เมื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างราคา และคุณภาพการบริการที่ได้รับ

3) การจัดจำหน่าย (Place) ท่าเลที่ตั้งของสถานที่ หรือหน่วยที่ให้บริการ และความง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ใช้บริการจะนำมาใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจ รวมถึงช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ง่ายดายไม่ซับซ้อน ไม่เสียเวลา ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการในการสื่อสารกับตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำ การยอมรับ โดยการใชรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ หรือการใช้ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ธุรกิจจะเลือกใช้วิธีการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบใดนั้น ต้องพิจารณาตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับตลาดเป้าหมายด้วย หรืออาจจะใช้วิธีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

5) บุคลากร (People) ในธุรกิจบริการ คำว่าบุคลากรในที่นี้หมายถึง บุคคลทุกคนที่ทำงานอยู่ในองค์กรทุกคนมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการทำงานอย่างเดียวกัน คือ สร้างความประทับใจความพึงพอใจ และความซาบซึ้งใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ที่มาใช้บริการ แต่ถ้าหากบุคลากรคนใดที่ทำหน้าที่ในการบริการต่อลูกค้าโดยตรง ก็ต้องเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนทักษะในหน้าที่นี้มาเป็นอย่างดีและได้รับการเพิ่มพูนความรู้ความชำนาญอย่างสม่ำเสมอ จึงจะทำให้การสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปในทางที่ดี อันจะนำไปสู่การสร้าง ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

6) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Presentation) ในปัจจุบันธุรกิจบริการจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญในเรื่องการนำเสนอลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เนื่องจากลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการค่อนข้างมาก เช่น การออกแบบอาคารสิ่งก่อสร้าง การสรรสร้างสภาพแวดล้อมทางภายนอกและภายในของหน่วยบริการหรือสำนักงาน การสร้างบรรยากาศที่เหมาะสม และการเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน เป็นต้น

7) กระบวนการ (Process) กระบวนการการผลิตบริการ หรือระยะเวลาในการส่งมอบบริการ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าต้องการความรวดเร็วและคุณภาพของการบริการที่มากขึ้น ดังนั้น การกำหนดนโยบายการบริหารเวลาในการบริการลูกค้า จะต้องเป็นหลักการที่ผู้บริหารขององค์กรคิดขึ้นมา เพื่อให้พนักงานทุกระดับได้ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะพนักงานในระดับปฏิบัติการ เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคโดยตรง และในขณะเดียวกัน โป้บายดังกล่าวก็มีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วยในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะผลต่อการใช้บริการในโอกาสต่อไป

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่นักวิชาการทางด้านการตลาดได้เพิ่มเติม 3 ประการ ได้แก่ บุคคล การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดมีความครอบคลุม สมบูรณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และนำไปสู่การสร้างความรักภักดีตลอดไป การจัดการท่องเที่ยวอุทยานนกน้ำคุชูดได้ใช้ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว

5. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจท่องเที่ยว เป็นกระบวนการตัดสินใจเลือกบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความรอบคอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สุกฤษณ์ อัครางกูร (2547: 83-84) ได้กล่าวว่า กระบวนการในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีปัจจัยต่าง ๆ อีกมากมาย เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจหรือปัจจัยในการเลือก ทั้งปัจจัยส่วนตัวหรือปัจจัยภายในหรือภายนอก ซึ่งปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความสนใจ ครอบครัว เงินเหลือใช้ งาน การใช้ชีวิต ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยภายนอก ได้แก่ บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ คำแนะนำจากตัวแทน (Travel Agent) ข่าวสารจากสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำบอกเล่าของคนรู้จัก ศาสนา สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว การเมือง และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวที่ใดนั้น ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านคมนาคม ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยด้านของที่ระลึก ปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยที่ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมากน้อยเพียงใดแล้วแต่ว่าสถานะทางด้านประชากร คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และสาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสามารถจะพิจารณาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ปัจจัยด้านการคมนาคม เนื่องจากระยะทางมีความจำเป็นมากต่อการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวซึ่งที่ต่าง ๆ หากแหล่งท่องเที่ยวอยู่นอกเมืองจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวมากแห่งหนึ่ง

2) ปัจจัยด้านร้านอาหาร เช่น เนื่องจากความสะอาดของร้านอาหารและรสชาติของอาหารที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งบริิการนักท่องเที่ยว ดังนั้นร้านอาหารก็มีส่วนสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว เพราะความประทับใจในความสะอาด รสชาติอาหาร และบริการ จะก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวครั้งต่อไปได้

3) ปัจจัยด้านบริการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นบริการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร้านอัด ล้าง ถ่ายรูป และร้านอินเทอร์เน็ตจะมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น หากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการเสียเวลาไปล้างอัดรูปที่อื่น ๆ นักท่องเที่ยวจะล้างอัดรูปที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นเลย หรือนักท่องเที่ยวต้องการติดต่อหรือทราบข่าวสารจากบุคคลอื่น ๆ ก็สามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้

4) ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเองหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีผลต่อการท่องเที่ยวมาก เพราะแหล่งท่องเที่ยวที่ดีหรือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีผลดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มหรือการบอกต่อ ๆ กันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะก่อให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นได้

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

6) ปัจจัยด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะมีผลให้เกิดการท่องเที่ยวมาก น้อย หรือไม่อย่างไร หากแหล่งท่องเที่ยวมีของที่ระลึกที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวอาจมาท่องเที่ยวเพื่อซื้อของที่ระลึกแทนที่จะท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ก็ได้ ดังนั้นของที่ระลึกก็มีความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

7) ปัจจัยด้านความปลอดภัย เนื่องจากความปลอดภัยเป็นความต้องการของมนุษย์ส่วนหนึ่ง ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรเน้นให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความปลอดภัยที่สถานที่ท่องเที่ยวมี เช่น ความปลอดภัยจากโครงสร้างของสถานที่พักผ่อน ความปลอดภัยจากพาหนะในการนำเที่ยว และความปลอดภัยอื่น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้มั่นใจในการท่องเที่ยวได้

8) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ก็สนใจและต้องการจะทราบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จึงมีผลต่อการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ จึงต้องสื่อถึงความรวดเร็ว สะดวก ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ การบริการของพนักงานที่จะให้แก่ นักท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วย

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวที่ใด ๆ นั้น ประกอบด้วย ราคา คมนาคม สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร การบริการ สิ่งดึงดูดใจ ของที่ระลึก ความปลอดภัย เป็นต้น โดยสถานภาพทางด้านประชากร คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว จะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และสาเหตุของการมาท่องเที่ยว เป็นต้น

6. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (อุทยานนกน้ำคูขุด)

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (คูขุด) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของนกน้ำหลายชนิด ทั้งนกประจำถิ่นและนกอพยพมาจากแหล่งอื่นเป็นจำนวนมาก สภาพพื้นที่มีความหลากหลายทางด้านดินที่อยู่ ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ สัตว์ป่าและสัตว์น้ำ ทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ชื่อในขณะนั้น) ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นสำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงได้ประกาศให้บริเวณ ตำบลคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า เมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ.2519 และในปี พ.ศ.2520 และได้จัดตั้งสำนักงานเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่ประจำเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลาจากนั้นเป็นต้นมา และ

กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันในนาม “อุทยานนกน้ำคูขุด” ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ศึกษาธรรมชาติ และการเรียนรู้วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ อันได้แก่ วิถีชีวิตของชุมชนคาบสมุทรสทิงพระที่สืบทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาเป็นเวลาช้านาน ตลอดจนผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ (อรสา คงทอง, 2549: 3)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยในประเทศ

จรรยา บัวเพ็ง (2552) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ในจังหวัดพังงา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมด้านการจัดการและสภาพของตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติในจังหวัดพังงา และเพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติในจังหวัดพังงา ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดพังงามีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งมีความพร้อมในด้านความอุดมสมบูรณ์ ความหลากหลายของระบบนิเวศ มีความปลอดภัยในการจัดการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่เกือบทุกอำเภอและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สำหรับสภาพของตลาด พบว่า มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมัน สวีเดน สหราชอาณาจักร สวิสเซอร์แลนด์ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ มีการพักผ่อนน้อยมาก แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ได้แก่ วนอุทยานสระนางมโนราห์ รองลงมา ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนปริวรรต และวนอุทยานน้ำตกรามัญ สำหรับอุทยานเขาหลัก-ลำรู่ และอุทยานแห่งชาติศรีพังงา จะมีนักท่องเที่ยวน้อยมากในช่วงเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทเดินป่าศึกษาธรรมชาติทุกแห่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยกเว้นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนปริวรรตแห่งเดียวที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่า

หุญ เจีย (2552) การศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเพชรบุรี การวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ตารางไขว้ การทดสอบค่าที

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนทั่วไปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นโสด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 2,001-4,000 Yuan (10,000-20,000 บาท) มาท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงวันลาพักผ่อน ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีในช่วงปิดภาคเรียน

สายรุ้ง ดิน โคนสูง (2549) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาหาดชบา ตำบลชบา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการของการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านชบา 2) ศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในทัศนะของชุมชน 3) ศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในด้านการท่องเที่ยว 4) ศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในด้านการท่องเที่ยว 5) ศึกษาประโยชน์และผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และ 6) ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน วิธีการศึกษา ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากกรรมการท่องเที่ยวชุมชน สมาชิกชาวบ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 ราย ผลการศึกษาพบว่า หลักการจัดการท่องเที่ยวของชาวบ้านมีโครงสร้างการบริหารที่ไม่ซับซ้อน โดยตั้งอยู่บนหลักของความโปร่งใสและความยุติธรรม และเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

บุญมี นุคสะดาวงศ์ (2552) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติภูเขาควาย: กรณีศึกษาเส้นทางเดินป่าของชุมชนบ้านนา เมืองท่าพะบาด แขวงบอลิคำไซ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ 1) วิเคราะห์สภาพทั่วไปของการจัดกิจกรรมการเดินป่า 2) ศึกษามาตรฐานคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมในระดับพื้นที่ และ 3) ศึกษาแนวทางและปัจจัยที่มีส่วนในการเสริมสร้างให้ชุมชนสามารถแก้ไขปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ด้านพื้นที่ ชุมชนบ้านนามีจุดเด่นที่ส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความสนใจ ประกอบด้วยพื้นที่ที่มีศักยภาพต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทกิจกรรมการเดินป่า ได้แก่ พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติภูเขาควาย โดยเฉพาะพื้นที่ป่าสงวนข้างหอคูซังที่ยังคงอุดมสมบูรณ์และมีเอกลักษณ์

พูนิน ปออุ่นวง (2551) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และศึกษาสภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยว แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการสำรวจเชิงปริมาณแบบแบ่งกลุ่มชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ในภาพรวมมีศักยภาพในระดับมาก ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนพักผ่อน และส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่มามากกว่า 8 ครั้ง

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดสามร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดสามร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 3) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อใช้จ่าย ใช้สอยหาซื้อสินค้า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

คลใจ มณีงาม (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยว 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว 7) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาเที่ยว และ 8) หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเที่ยว ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มาเที่ยววันเสาร์-วันอาทิตย์ เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001-5,000 บาท และจะกลับมาเที่ยวอีก ระดับความคิดเห็นของผู้มาเที่ยวด้านวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการแนะนำจูงใจผู้มาเที่ยว และด้านควบคุมความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

มงคล อภินหวัฒน์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการพระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีเหตุผลที่มาเที่ยวชมเพื่อพักผ่อน และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

มีสมาชิกที่เดินทางไปด้วยกันในครั้งนี้อยู่ 2-5 คน เวลาที่ใช้ในการเที่ยวชม 1-2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาครั้งนี้อยู่ 101-500 บาท และทราบข้อมูลจากครอบครัวที่พามาเที่ยว/เพื่อนแนะนำ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีเหตุผลที่มามีเที่ยวชมเพื่อพักผ่อน และเดินทางโดยรถยนต์เที่ยว มาเป็นหมู่คณะ เวลาที่ใช้ในการเที่ยวชม 2-3 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาครั้งนี้อยู่ 501-1,000 บาท และทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในด้านระดับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพระราชวังบางปะอินโดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยศึกษาใน 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้าง สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับปานกลาง

นราภรณ์ จันทร์ลาด (2550) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านมูลเหตุจูงใจ ในรายด้านและในภาพรวมครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทย

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

7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Yanez and Sevilla (2010) การศึกษา วิธีการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อการป้องกันของป่าฝนเมซอน: กรณีของเปรู วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำเสนอรูปแบบการกระจายอำนาจการบริหารงานเป็นการตอบสนองต่อความท้าทายของการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเมซอนของเปรู การศึกษาให้ภาพรวมของสภาพภูมิศาสตร์ของเปรูภูมิภาคเมซอนและเน้นความสำคัญของพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ จากนั้นกล่าวถึงการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานำเสนอรูปแบบของการจัดการการบริหารนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเมซอน รูปแบบของการจัดการ การทดสอบการบริหารตามโครงสร้างทางการเมืองของเปรู องค์การการจัดการพยายามจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารทางการเมืองตามรูปแบบของสถาบันทางการเมืองของเปรู การวิจัยครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริหารการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของเมซอน เน้นหลักการของการจัดการและทิศทางของโปรแกรมการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งจากมุมมองของการบริหารการท่องเที่ยวและการจัดการ การศึกษานี้มีค่าอย่างยิ่งใหญ่และน่าสนใจในการจัดการการท่องเที่ยวในเมซอน

Yacob, Rdam and Samdim (2011) การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติทางทะเล Redang Island, Malaysia ผลการศึกษาพบว่า สถานประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการผสมผสานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็คือการตระหนักถึงสิทธิและผลกระทบของประชาชนในพื้นที่ที่มีคุณค่าทางชีวภาพ ความเอาใจใส่มากขึ้นของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม แนวทางการพัฒนาเป็นการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างผลทางเศรษฐกิจในระยะยาวของธุรกิจและโอกาส การจ้างงาน การศึกษานี้เป็นการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การพัฒนาเกาะที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในมาเลเซีย งานวิจัยนี้มุ่งเน้น 4 ด้านคือ 1) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) การบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 4) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงาน การศึกษาวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 298 ตัวอย่าง ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการ

ที่แตกต่างกันของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการบำรุงรักษาตลอดจนการดำเนินงานจากผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานทางทะเลในหมู่เกาะแห่งหนึ่งในมาเลเซีย ซึ่งจะเป็นแนวทางการจัดการอุทยาน และปรับปรุงการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน การพัฒนา การบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคต

Cole (2002) การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของมิติคุณภาพการบริการบนพื้นฐานความตั้งใจเยี่ยมชมอีกครั้งของนักท่องเที่ยว ในลักษณะตามธรรมชาติของการท่องเที่ยวมิติ 4 ประการของคุณภาพการบริการ (การอนุรักษ์และการศึกษา ข้อมูลสารสนเทศ คณะผู้ร่วมงาน และสิ่งอำนวยความสะดวก) ผลการวิจัยพบว่า ความพยายามในการอนุรักษ์และการศึกษาเกี่ยวกับที่พักเป็นสิ่งที่สนับสนุนความตั้งใจมาเยือนอีกครั้งของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ในขณะที่ข้อมูลสารสนเทศและคณะผู้ร่วมงานสนับสนุนความตั้งใจมาเยือนอีกครั้งของนักท่องเที่ยวรองลงมา และความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่สนับสนุนความตั้งใจมาเยือนอีกครั้งของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด สิ่งที่ค้นพบในการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการที่สูงเหมือนกับเป็นแรงเสริมความตั้งใจตามธรรมชาติของนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งในอนาคต และเป็นข้อรับประกันว่าจะเป็นผลในทางบวกในการบอกกล่าวต่อแก่ครอบครัวและเพื่อนของพวกเขา

Yu (2004) ได้ศึกษาแรงจูงใจความคาดหวังและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชนบทใต้หวัน (เกาะใต้หวัน) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใต้หวัน ส่วนมากมาจากความต้องการที่อยากใกล้ชิดกับธรรมชาติ ต้องการพักผ่อนกับครอบครัวอย่างมีความสุข และคาดหวังว่าจะมีความเบิกบานสำราญใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความพึงพอใจต่อประเทศที่สวยงามกว้างใหญ่ และประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สบาย ราคาที่พักมีความยุติธรรม นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้เที่ยวชมเทศกาลและงานประเพณีท้องถิ่น รู้สภาพความเป็นอยู่ของชาวไร่ชาวนาในชนบท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อสภาพแวดล้อมที่ดี สิ่งอำนวยความสะดวก และได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชนบทใต้หวัน ผลการวิจัยยังสามารถที่จะนำไปใช้สำหรับหน่วยงานของรัฐเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของใต้หวันในอนาคต

Uysal and Birkan (2001) ได้ศึกษาเรื่องการวัดความพอใจของผู้เยี่ยมชม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่แสดงออกมาและสิ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือจะเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจโดยทั่ว ๆ ไป ลักษณะเด่นพิเศษบางส่วนอาจมีความเกี่ยวข้องปานกลางกับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้เป็นเครื่องมือ และปัจจัยที่แสดงออกมาจากการศึกษาอาจช่วยกำหนดจุดหมายของนักการตลาดและ

นักวางแผนให้เข้าใจความสลับซับซ้อนของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของพฤติกรรมที่พยายาม
ที่มีอยู่จริง และสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในการศึกษารุ่นนี้ ปัจจัยที่ใช้เป็นเครื่องมือมีผลในทางลบของ
ความพึงพอใจ ในขณะที่สิ่งที่แสดงออกมาของความคาดหวัง มีผลในทางบวก แต่ส่วนที่แสดงออกมา
ของความคาดหวังจะต้องได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจทั้งหมด

