

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการไกด์แบ็คทรีสอร์ท อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกสาร ได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความพึงพอใจ
 - 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ
 - 1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
 - 1.4 แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการ
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 3.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 3.3 รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยว
4. ข้อมูลทั่วไปของเกาะช้าง จังหวัดตราด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความหมายความพึงพอใจหรือความพอใจ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

กู๊ด (Good, 1973 อ้างถึงใน ปัญญา ชิมสือ, 2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจและทัศนคติของบุคคล ที่มีต่อคุณภาพของสิ่งนั้น

มิลลินส์ (Millins, 1985 อ้างถึงใน ปัญญา ชิมสือ, 2547, หน้า 10) กล่าวถึง ความพึงพอใจไว้ว่า คือทัศนคติที่เกิดขึ้นภายใน มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จทั้งปริมาณและคุณภาพ

แมคคอกมิก (McCorrmick, 1980 อ้างถึงใน นพดล บุญเจริญ, 2550, หน้า 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) โดยพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (Wolman, 1973 อ้างถึงใน นพดล บุญเจริญ, 2550, หน้า 7) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพอใจ คือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวังความต้องการจากแรงจูงใจ

มาร์ส (Morse, 1955 อ้างถึงใน วิชาธร พูลพงษ์, 2551, หน้า 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง สิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง และความตึงเครียดนี้ เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากจะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดก็จะลดน้อยลงหรือหมดไป ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ

วูดไซด์, เฟย์ และดาลี (Woodside, Frey, & Daly, 1989 อ้างถึงใน วิชาธร พูลพงษ์, 2551, หน้า 7) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของผู้รับบริการที่ตอบสนองต่อประสบการณ์ที่รับจากการบริการ

ทิฟฟิน (Tiffin, 1973 อ้างถึงใน สมพงษ์ สังข์ทอง, 2552, หน้า 10) ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายหมาย (Goals) และความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

เชลลีย์ (Shelly, 1975 อ้างถึงใน สะอาด สุขเสตะ และคณะ, 2553, หน้า 17) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกตามแบบฉบับของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ สามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีกจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

จันทร์เพ็ญ คูเทศนัน (2542, หน้า 47) ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกขั้นแรกเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และความรู้สึกขั้นสุดท้าย เมื่อบรรลุถึงจุดหมายโดยมีแรงกระตุ้น

วัฒนา เพชรวงศ์ (2542, หน้า 18) ได้สรุป ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติ ทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ ให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับค่านิยมและ ประสบการณ์ที่ได้รับ

สุรดี ชิดชอบ (2548, หน้า 9) ความพึงพอใจ หมายถึง ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติ อย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ โดยความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงออก หรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป

หลุย จำปาเทศ (2533 อ้างถึงใน จันจิรา จูทะสร, 2549, หน้า 6-8) ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาจะมีความสุข สังเกตได้จาก สายตา คำพูด และการแสดงออก

ธีรวัฒน์ บุตตะโยธี (2551, หน้า 10) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความประทับใจ หรือการมีทัศนคติที่ดีที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ โดยเมื่อมีความพึงพอใจแล้วก็จะแสดงออกมาทางพฤติกรรม

ชรีณี เดชจินดา (2535 อ้างถึงใน สะอาด สุขเสดาะ และคณะ, 2553, หน้า 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุ จุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือ จุดมุ่งหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง

ชูชีพ อ่อน โลกสูง (2527 อ้างถึงใน ทวีลาภ รัตนราช, 2553, หน้า 10) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่าเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นเหตุการณ์ บุคคล วัสดุสิ่งของหรือสถานที่ โดยตอบสนองในรูปที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องมีประสบการณ์ทางตรง หรือ ทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน

วรรณิ บันเทิง, สุนทรวาดี เรียรพิเชฐ, ทศนิ ประสภกิตติ และมณีนรัตน์ ภาณุรูป (2533 อ้างถึงใน สะอาด สุขเสดาะ และคณะ, 2553, หน้า 18) กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขสนุกสนาน ปราศจากความรู้สึกเป็นทุกข์ ทั้งนี้ได้หมายความว่าบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ สิ่งที่เราต้องการ แต่ความพึงพอใจนั้นจะหมายถึง ความสุขอันเกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็น อย่างดี และเกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของบุคคลและการได้รับการตอบสนอง

สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง

ในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามจุดมุ่งหมายนั้น ความความรู้สึกพอใจจะไม่เกิดขึ้นตามลำดับความต้องการของมนุษย์

ความสำคัญของความพึงพอใจ

สาโรช ไสยสมบัติ (2543 อ้างถึงใน บุชรินทร์ เนตรน้อย, 2553, หน้า 8) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ มีปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเป็นที่ตัวบ่งชี้ ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัย และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ (2550, หน้า 180-182) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับการบริการ และการนำเสนอการบริการ โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

1.1 ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการเห็นถึงความเอาใจใส่และจริงจังต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

1.2 ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการอยู่กับการประเมินคุณภาพ และรูปแบบการบริการเปรียบเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการนี้จะถูกหรือจะแพง ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตนาต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

1.3 สถานที่บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการ ที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

1.4 การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้ข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

1.5 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการการวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

1.6 สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

1.7 กระบวนการ บริการผู้ประกอบกิจการบริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยี เข้ามาร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

2. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2.1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกยินดี มีความสุขในการมารับบริการนั้น ๆ

2.2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจ หรือประทับใจในการได้รับบริการที่เกินความคาดหวังนั้น

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ การประเมินคุณภาพของการบริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการให้บริการ โดยที่ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่

1. การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการได้สัญญาว่าจะให้โดยผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการว่าจะได้รับอย่างน้อยตามที่ผู้ให้บริการได้สัญญาไว้ ความมากน้อยของสิ่งที่ได้รับจะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการนั่นเอง

2. การรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการนำเสนอผ่าน การแสดงออกต่าง ๆ ในกระบวนการบริการ โดยผู้รับบริการจะประเมินว่าผู้ให้บริการดำเนินการ บริการอย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออก ของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อสาร และการปฏิบัติตนใน การให้บริการว่าผู้ให้บริการมีความเต็มใจและจริงใจเพียงใดในการบริการ การรับรู้เหล่านี้ จะช่วยให้ ผู้รับบริการประเมินคุณภาพการบริการได้อย่างมีเหตุและผล ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในการรับ บริการ

แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ

มิลเล็ท (Millet, 1954, p. 397) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณา จากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมใน การบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับ การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

สรุป การให้บริการอย่างเสมอภาค คือการบริการทุกคนด้วยความยุติธรรม มีมาตรฐานใน การบริการเดียวกัน ไม่มีการแบ่งแยก เลือปฏิบัติส่วนบุคคล

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการ จะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ จะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

สรุป การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา คือ การบริการที่รวดเร็วและบริการด้วยความมี ประสิทธิภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจในการรับบริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้อง มีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at The Right Geographical Location) Millet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการบริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการ สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้น แก่ผู้รับบริการ

สรุป การให้บริการอย่างเพียงพอ คือการบริการตามความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ อย่างเพียงพอ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้มารับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

สรุป การให้บริการอย่างต่อเนื่อง คือ การบริการอย่างสม่ำเสมอ ใช้อยึดความพอใจ จะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สรุป การให้บริการอย่างก้าวหน้า คือ การปรับปรุงพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในงานบริการ

ฟิตเซอร์รัลด์ และดูรันด (Fitzgerald & Durant, 1980 อ้างถึงใน สุทธิ ชิดชอบ, 2548, หน้า 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานในด้านการให้บริการของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานจากการรับรู้ (Perception) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลได้ตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบบริการ และด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณ

กมล ชูทรัพย์ และเสถียร เหลืองอร่าม (2516 อ้างถึงใน สุทธิ ชิดชอบ, 2548, หน้า 10) กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้คนพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วย

1. ผู้ใช้บริการได้รับคำตอบแทนจากการให้บริการคุ้มค่ากับการมาใช้บริการ
2. ลักษณะการให้บริการ ผู้ใช้บริการบางคนเห็นว่าการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่าการบริการจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้ให้บริการ
4. ผู้ใช้บริการมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการ เพราะผลตอบแทนจากผู้ให้บริการ
5. ประชาธิปไตยจากการใช้บริการ คือ ผู้ใช้บริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ
6. ความมีระเบียบในการบริการ

พาราซูแมน, เซทอล และเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1991 อ้างถึงใน สมพงษ์ สังข์ทอง, 2552, หน้า 14) กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จ จะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติ สำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. สมรรถนะ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 สามารถในการให้บริการ
 - 3.2 สามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย ซับซ้อนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ให้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงาน
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) ประกอบด้วย คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ

8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย

- 8.1 ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
- 8.2 ความปลอดภัยด้านอื่น ๆ เช่น ภาพพจน์ ชื่อเสียง ฯลฯ

9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย

- 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
- 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
- 9.3 การให้ความสนใจผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย

- 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ
- 10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
- 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

สรุป แนวทางในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ ผู้ให้บริการควรบริการผู้ได้รับ การบริการตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ หรือเกินความคาดหวัง เกิดความประทับใจ เกิดความรู้สึก อยากกลับมาใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

เมอร์ดิก และรัสเซล (Murdick & Russell, 1990 อ้างถึงใน ศรัญญา บัวสุวรรณ, 2553, หน้า 12) กล่าวถึง ความหมายของการบริการว่า ถ้าพูดในเชิงเศรษฐกิจ ก็คือการใช้เวลา สถานที่ รูปแบบ หรือจิตวิทยาให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกแง่หนึ่งของการบริการ เป็นสิ่งที่ตรงข้ามกับสินค้า กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ สามารถผลิตหรือขาย หรือใช้ได้ในเวลาต่อมา ส่วนการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และสามารถสูญหายไปได้ มันจะเกิดขึ้นพร้อมกันหรือใกล้เคียงกับการบริโภค อย่างไรก็ตาม เราไม่สามารถแยกสินค้าและการบริการออกจากกันได้ เพราะเราซื้อสินค้าก็ต้องมีการบริการที่สะดวกสบาย และถ้าเราจัดซื้อบริการสินค้านั้น ก็ต้องการสินค้าที่ให้ความสะดวกสบายแก่เราด้วย การบริการของโรงพยาบาลนั้น ตัวสินค้านั้นก็ต้องการสินค้าที่ให้ความสะดวกสบายแก่เราด้วยการบริการของโรงพยาบาลนั้น ตัวสินค้ามีความสำคัญน้อยกว่าการให้บริการ

พรจันทร์ สุวรรณชาติ (2523 อ้างถึงใน ศรัญญา บัวสุวรรณ, 2553, หน้า 12) กล่าวถึง การจัดการงานบริการที่มุ่งคุณภาพ (Quality Nursing Service) ว่าการดำเนินงานบริการ เพื่อบังเกิด ผลดีสูงสุดแก่ผู้รับบริการพึงพอใจในการปฏิบัติของผู้ให้บริการ และมีสิ่งสนับสนุนเอื้ออำนวยต่อ

การดำเนินงานอย่างพร้อมนั้น ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบที่สำคัญต้องตระหนักถึง 3 P ได้แก่ เพี้ยนท์ (Patient) พีเพิล (People) และ โพรฟิท (Profit) ดังนี้

1. ผู้รับบริการ (Patient) เน้นที่บริการทางคลินิกและความคาดหวังความพึงพอใจ
2. บุคคล พฤติกรรมของบุคคล (ลูกค้า) หรือ พฤติกรรมในการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ
3. ผลประโยชน์ การดำเนินงานต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาดและจุดคุ้มทุน

บุษรินทร์ เนตรน้อย (2553, หน้า 10) กล่าวว่า การทำธุรกิจ บริการนั้น จะต้องพยายามทำทุกวิถีทางที่จะให้ลูกค้ามารับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้า อย่างมีคุณภาพ ซึ่งจะต้องนำคำว่า “บริการ” มาแปลเป็นภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” แล้วแยกอักษรแต่ละตัวมาแปรรูปเป็นความหมายต่าง ๆ ของการให้บริการ ดังนี้

S คือ แนวคิดรวบยอดในการบริการ (Service Concept) และสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้าผู้มาติดต่อหรือมาขอใช้บริการและรับบริการ ก่อนอื่นจะต้องมีคอนเซ็ปท์ (Concept) คือ แนวความคิดรวบยอด การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้น เป็นหน้าที่โดยตรง และต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด

E คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานต้อนรับ พนักงานเสิร์ฟ ฯลฯ ซึ่งถ้าเห็นลูกค้าเข้ามาก็ต้องรีบเข้าไปแสดงการต้อนรับและกล่าวทักทายปราศรัย ด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส และต้องพร้อมที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา และต้องคอยสังเกตลูกค้าตลอดเวลาว่า ลูกค้าต้องการอะไรบ้าง หรือต้องการให้ช่วยเหลืออะไรบ้าง แล้วรีบบริการทันที

R คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็วฉับพลัน ทันใจ และทันเวลา

V คือ ความมีคุณค่า (Values) หมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นบริการประเภทใด ท่านจะต้องทำทุกวิถีทาง ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่า เมื่อเขามารับบริการจากท่าน เขารู้สึกไม่ผิดหวัง และเห็นว่าบริการของท่านมีคุณค่าสำหรับเขา

I คือ ความสนใจ (Interesting) และความประทับใจ (Impressive) ซึ่งหมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับและทุกคน โดยไม่เลือกที่รักมักที่ชังหรือแบ่งชั้นวรรณะ เพราะลูกค้า นั้น ไม่ว่าจะเป็นใครก็ตาม เขาก็ต้องการที่จะได้รับบริการที่ดีด้วยทั้งนั้น และเราก็จะต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าทุกคนโดยเสมอภาคกัน

C คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง (Corrective Ness) และความมีไมตรีจิต (Courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการขายบริการนั้นคือ ไม่ว่าท่านจะทำธุรกิจ

ด้านใด สถานที่ของท่านจะต้องสะอาด และมีความเรียบร้อย คือ มีการดูแลบ้านที่ดี เพราะใคร ๆ ก็ชื่นชมความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องของความถูกต้อง

E คือ ความอดกลั้น (Endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotional Control) ผู้ให้บริการหรือขายบริการที่ดีนั้นจะต้องมีคุณสมบัติที่พิเศษอย่างหนึ่ง คือ ความอดกลั้นและการรู้จักควบคุมอารมณ์ ทั้งนี้เพราะว่าลูกค้าทั้งหลายนั้นก็คือมนุษย์ธรรมดา ซึ่งมีความแตกต่างกันมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านนิสัยใจคอ ความรู้สึกนึกคิด ความสามารถ ความเข้าใจ ความต้องการ ฯลฯ เหมือนคำสอนของศาสนาที่ว่า “นานาจิตตัง” คือ ต่างคนต่างจิตนั่นเอง

อเนก สุวรรณบัณฑิต (2548, หน้า 18) ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2548 อ้างถึงใน สอาด สุขเสตะ และคณะ, 2553, หน้า 27) การบริการ หมายถึง การกระทำหรือผลงานที่ผู้ประกอบการมอบให้กับผู้บริโภค โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผู้บริโภคเมื่อซื้อสินค้าบริการแล้ว ก็ไม่ได้มีสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินใด ๆ นอกจากสิทธิในการได้รับบริการตามที่ตกลงกันเท่านั้น

สรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

เพนเชนสกี และโทมัส (Penchansky & Thomas, 1982 อ้างถึงใน วิชาธร พูลพงษ์, 2551, หน้า 13) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการไว้ดังนี้

1. ความเพียงพอของการบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความเพียงพอระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวก คำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการที่ผู้รับบริการ ขอมรับว่าให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของการบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึง การยอมรับลักษณะของ ผู้ให้บริการด้วย

สุเทพ สังข์เพชร (2540, หน้า 1) ได้กล่าวถึง งานบริการว่า เป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งของการประกอบธุรกิจทุกประเภท เพราะงานบริการเป็นงานที่มีลักษณะเป็นสากล โดยผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ เพราะถ้าปราศจากลูกค้าแล้ว ธุรกิจนั้น ๆ ย่อมดำรงอยู่ไม่ได้ ถ้าเราทำธุรกิจ เราจะต้องเป็นฝ่ายสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเป็นฝ่ายเริ่มก่อน และเกิดความสุขเมื่อเห็นลูกค้าพอใจ

การบริการที่ดีมีคุณภาพนับเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ กลวิธีที่จะดำเนินการให้บริการบรรลุถึงเป้าประสงค์ที่มีคุณภาพนั้น สุเทพ สังข์เพชร (2540, หน้า 2) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างความสำเร็จในงานบริการว่า ผู้ปฏิบัติงานด้านบริการที่ดี และมีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า นั้น จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของ “SERVICES” ดังต่อไปนี้ คือ S = Service Mind หมายถึง มีจิตใจพร้อมที่จะอำนวยความสะดวก เรียกว่าเป็นผู้ที่มีจิตบริการ, E = Enthusiasm หมายถึง มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ, R = Readiness หมายถึง มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลา, V = Values หมายถึง ต้องสร้างคุณค่าในงานบริการให้แก่ลูกค้าและตระหนักในคุณค่าของลูกค้า, I = Interesting หมายถึง ให้ความสนใจในตัวลูกค้าหรือผู้ให้บริการทุกคน, C = Cleanliness หมายถึง ตระหนักถึงความสะอาด ทั้งสถานที่อุปกรณ์และตัวผู้บริการ, E = Endurance หมายถึง มีความอดทนอดกลั้น ควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี, S = Smiling หมายถึง ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นนิจ มีไมตรีจิตต่อทุกคน

สมิต สัจฉกร (2542, หน้า 174-221) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับบริการไว้ว่า การบริการอันเป็นการช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมีหลักยึดปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือหรือการกระทำประโยชน์แก่ผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของผู้ให้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อคำนึงถึง ดังนี้ 1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า 2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจคุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เพราะฉะนั้น การบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า 3) ปฏิบัติถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการจะตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง

ความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีความผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขอภัยก็ได้รับคำเมตตา 4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว สามารถส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลา และยังต้องการพิจารณาถึงความเร่งรีบของผู้ใช้บริการ และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย 5) ไม่ก่อความเสียหายแก่บุคคลอื่น ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยจะมุ่งประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผู้ให้บริการและฝ่ายเราเท่านั้น ไม่เป็นเพียงพอ ต้องคำนึงถึงบุคคลหลายฝ่าย รวมทั้งด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

ธานินทร์ สุวงค์วาร (2541, หน้า 4) กล่าวถึง งานบริการเป็นงานสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้าและผู้ที่มาติดต่อ การบริการที่ดีย่อมมีผลดีต่อการปฏิบัติงาน ความล้มเหลวในการบริการจะเป็นผลเสียอย่างร้ายแรง หากไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้น ผู้รับผิดชอบในการให้บริการและการต้อนรับ ต้องตระหนักและระลึกอยู่เสมอว่า “การบริการที่ดี ต้องมีความรับผิดชอบ”

การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ ธานินทร์ สุวงค์วาร (2541 อ้างถึงใน ศิริจันทร์พร มงคลอัตตะสาร, 2543, หน้า 25-30) ได้อธิบายว่า แนวคิดการสร้างจิตสำนึกการให้บริการให้เกิดในจิตใจผู้ให้บริการ ต้องเริ่มมาจากการมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ หากทุกคนมีจิตสำนึกในการให้บริการและถือว่าในบริษัทมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทุกคนล้วนเป็นทูตในความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดบกพร่องในหน้าที่ บกพร่องในการบริการ จะมีผลต่อลูกค้า และเป็นการบ่อนทำลายชื่อเสียงของบริษัทในที่สุด ฉะนั้น ผู้ให้บริการจะต้องคิดให้ได้เสมอว่า

1. ลูกค้าต้องถูกเสมอ
2. ผู้ให้บริการเป็นพระเอก ไม่ได้เป็นแค่พระรอง
3. งานบริการเป็นงานของผู้ให้
4. งานบริการเป็นงานฝึกระดับจิตใจ
5. รักงานบริการต้องทำใจ และอดทน
6. บริการอย่างเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา
7. ยอมรับความแตกต่างของลูกค้า
8. บริการลูกค้าเสมือนญาติของตนเอง
9. บริการเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ

การบริการอย่างมีคุณภาพ (Total Quality Service) การบริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทำธุรกิจ การบริการที่ดีเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าจะต้องมาจาก 2 ส่วน ด้วยกัน คือ ต้องเริ่มจากมีจิตสำนึกในการให้บริการผสมผสานกับการแสดงออกด้วยท่าทางบุคลิกที่ดี อ่อนน้อม สุภาพ ซึ่งเราเรียกว่า มาตรฐานการบริการ (Standard of Service) การบริการอย่างมีคุณภาพ หมายถึง

การบริการที่พนักงานผู้ให้บริการมีความพร้อมทางด้านจิตใจที่จะให้บริการ และแสดงออกมาด้วย
กิจกรรมารยาทที่ควรปฏิบัติ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างยิ่ง ควรมีดังนี้

1. เทคนิคในการต้อนรับลูกค้า

- 1.1 ต้อนรับด้วยความคุ้นเคยเป็นกันเอง
- 1.2 ต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้า
- 1.3 ต้อนรับด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
- 1.4 ต้อนรับด้วยความอบอุ่น พร้อมทั้งจะให้ความช่วยเหลือ
- 1.5 ต้อนรับด้วยความเอาใจใส่
- 1.6 ต้อนรับด้วยการปฏิบัติหน้าที่ให้ทันใจ เห็นคุณค่าของเวลา
- 1.7 ต้อนรับด้วยความอดทน อย่างนุ่มนวล
- 1.8 ต้อนรับด้วยความเพียร ค้นหาข้อเท็จจริง
- 1.9 ต้อนรับด้วยความตั้งใจ อย่างเต็มที่
- 1.10 ต้อนรับด้วยการให้บริการเสมอ

2. คุณสมบัติของผู้ให้บริการที่ดี

- 2.1 มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ และรักงานบริการ
- 2.2 ความอดทนอดกลั้น สุขุมเยือกเย็น (Persistence)
- 2.3 ความจดจำ (Memory)
- 2.4 ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)
- 2.5 ความจริงใจ (Sincerity)
- 2.6 ความมีไหวพริบ (Tact)
- 2.7 ความมีอัธยาศัย (Courtesy)
- 2.8 ความยิ้มแย้มแจ่มใส (Cheerfulness)
- 2.9 ความเป็นมิตร (Friendliness)
- 2.10 ความสามารถในการนำไปใช้ (Application)

3. ลักษณะการให้บริการ การให้บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสินค้า หรือ
ผลิตภัณฑ์ทั่วไป เมื่อเกี่ยวกับการดำเนินการทางธุรกิจมีเฉพาะ มีดังนี้ 1) ความไว้วางใจ (Trust)
การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ ขณะที่กระบวนการ
บริการที่เกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่าจะมี
การบริการเกิดขึ้น การตัดสินใจรับบริการนั้น จึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ 2) จับต้องไม่ได้
(Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีบริการ

เกิดขึ้น การให้บริการนั้น เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติ คุณภาพการให้บริการนั้น สิ่งเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้รับบริการสามารถรับบริการที่เป็นรูปธรรมได้ 3) แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแบ่งแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ทำให้เรามีข้อจำกัด และขอบเขตของการให้บริการ ซึ่งในบางกรณี อาจจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการอยู่ตลอดเวลา 4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) มีลักษณะไม่สามารถเก็บรักษาสารองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่ว ๆ ไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการ จะเกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ 5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาสารองไว้ได้ (Perish Ability) มีลักษณะไม่สามารถเก็บรักษาสารองไว้ได้ เหมือนกับสินค้าทั่ว ๆ ไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้ บริการจะเกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ 6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) มีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของ เมื่อมีการบริการเกิดขึ้น เนื่องจากการบริการเป็นการแสดงความต้องการความสะดวกในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

4. การบริการ การบริการแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

4.1 การให้การต้อนรับ การช่วยเหลือ หมายถึง การให้การต้อนรับช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ อดทนอดปิ่นอง จะเป็นการสร้างความประทับใจกับบุคคลที่มาติดต่อ

4.2 เพื่อแสดงออกซึ่งความเอื้อเฟื้อ เอาใจใส่ ทำให้อยากกลับมาติดต่ออีก

4.3 เพื่อช่วยเหลือ คือ พยายามช่วยเหลือให้ความสะดวก

4.4 เพื่อรับใช้ เพื่อช่วยทำทุกสิ่งทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ให้เต็มความสามารถ

5. กฎเกณฑ์สำหรับการให้บริการ

5.1 การเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.2 การรู้จักวิธีติดต่อสื่อสารที่ดี ทั้งภาษาที่พูด สำเนียง กริยาท่าทาง หรืออวัจนภาษา

5.2.1 ใช้คำพูดสุภาพ

5.2.2 หลีกเลี่ยงในการพูดเรื่องส่วนตัวต่อหน้าผู้ใช้บริการ

5.2.3 หลีกเลี่ยงที่จะพูดภาษาเฉพาะ

5.2.4 หลีกเลี่ยงการบ่นต่อหน้าผู้ใช้บริการ

5.2.5 หน้าที่การบริการที่ดี ควรฟังมากกว่าพูด

5.2.6 อย่าตอบห้วน ๆ กับผู้ใช้บริการ

5.2.7 อย่าทะเลาะกับผู้ใช้บริการ

5.2.8 อย่าหัวเราะเยาะผู้ใช้บริการ

5.2.9 มองหน้าผู้ใช้บริการ เมื่อพูดกับเขาเสมอ

5.3 ความมีมารยาท คือ การที่ผู้ให้บริการมีการแสดงออกที่ดีต่อหน้าผู้ที่มาใช้บริการ

5.3.1 มีความสุภาพอ่อนน้อม รู้จักไปลามาไหว้

5.3.2 ควรรู้จักเก็บ และรักษาอารมณ์

5.3.3 ควรสำรวมกิริยาท่าทาง

5.3.4 รู้จักอดทนอดกลั้น งานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทน

5.3.5 ยอมรับคำตำหนิตชม จงถือคติว่าการตำหนินั้น เป็นการกระทำหรือการติเพื่อให้ง่อก มีใช้เพื่อทำลยล้าง เพื่อเราจะได้พัฒนาปรับปรุงหรือแก้ไขให้ดีขึ้น

5.3.6 ควรตั้งใจฟังผู้ให้บริการ

5.3.7 ควรกล่าวคำขออภัย เมื่อมีการชี้แจงเหตุผลด้วยเสมอ

5.3.8 ควรขอบคุณผู้ที่มาใช้บริการในโอกาสอันควร

5.4 การมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

5.5 มีความสามารถรอบรู้ในการให้บริการ เพราะจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ

5.6 การมีความน่าเชื่อถือ

6. การบริการที่ประทับใจ ในปัจจุบันธุรกิจเกือบทุกประเภทและทุกขนาด มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและจริงจังในรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อที่จะรักษาสถานภาพ หรือเพื่อโอกาสก้าวหน้าในธุรกิจของตนเอง ในการแข่งขันที่มีการกระทำกันอย่างทุ่มเทจริงจังไม่หยุดยั้งเลย คือ การพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่ก้าวล้ำ นำหน้าคู่แข่งเสมอ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทางด้านนี้ แม้จะมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพก็ตาม ก็ยังไม่อาจชนะหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอย่างแท้จริง เพราะความสามารถทางด้านนี้ มีโอกาสที่ก้าวตามให้ทันอยู่เสมอ และอาจมีโอกาask้าวล้ำหน้าไปด้วย

ปัจจุบันการแข่งขันที่จะเป็นอีกอย่างหนึ่ง คือ การบริการ (Service) และการพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นทรัพยากรหลักของการดำเนินธุรกิจทุกชนิด ผู้บริการจะต้องตระหนักและเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่หวังจะได้รับ คือ สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงสุด

สิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ

1. ความประทับใจในครั้งแรก

1.1 การจัดสถานที่ทำงาน

1.2 สภาพของผู้ปฏิบัติงาน

2. การให้ความสนใจอย่างจริงจัง

2.1 การสนทนา

2.2 การมีท่าที สีนหน้า

2.3 ความรวดเร็ว และเต็มใจในการทำงาน

3. การให้เกียรติ ยกย่อง

3.1 การให้ความสนใจ

3.2 การสนทนา มีท่าที สีนหน้า

3.3 ความเสมอภาค

4. การให้ความถูกต้องหรือการให้ข้อมูลที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้ถูกต้อง

7. คุณภาพในการให้บริการ กระบวนการควบคุมคุณภาพงานบริการ หรืออาจเรียกว่า การประกันคุณภาพงานบริการ (Service Quality Assurance: SQA) นั้น มักกระทำที่การควบคุมคุณภาพของกระบวนการให้บริการ ส่วนผลการให้บริการนั้น ควบคุมคุณภาพ (Control of Quality) ทำได้ยาก ดังนั้น ผู้บริหารหน่วยงานบริการที่เข้าใจดี จึงมุ่งเน้นที่การศึกษาถึงองค์ประกอบปัจจัย และตัวแปรต่างๆ ในกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดีแล้ว มุ่งเน้นที่การควบคุมคุณภาพของกระบวนการให้บริการดังกล่าว มากกว่าการไปมุ่งกำหนดกฎเกณฑ์ว่าผลการให้บริการใด ๆ จะมีลักษณะหรือคุณภาพที่รับประกันได้ในระดับใด (เพราะการทำเช่นนั้นทำได้ยาก)

8. ทฤษฎี 3 ไอ แห่งการให้บริการที่ด้อยคุณภาพ สาเหตุสำคัญของการทำงานผิดพลาด หรือการให้ผลงานที่มีปัญหาและไม่ตรงเป้าหมายของพนักงานต่าง ๆ ในองค์กรนั้น มาจากสาเหตุสำคัญ 3 ประการ ทางด้านจิตวิทยาและสภาพทางจิตใจของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งได้แก่

8.1 Innocence คือ ความไร้เดียงสาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ให้บริการนั้น บางทีเรียกว่า Lack of Skills หรือขาดทักษะที่พอเพียงในการปฏิบัติงาน

8.2 Ignorance คือ ความละเลยหรือความมั่งง่ายของตัวเอง

8.3 Intention คือ ความจงใจกระทำ อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็น Malicious Act คือ กระทำไปโดยความรู้และเข้าใจ

9. หลักการ 3 อี เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการ หลักการ 3 อี (3E) คือ วิธีการเข้าถึง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันประกอบด้วย แนวทาง (Approach) 3 แนวทาง ซึ่งแต่ละแนวทางที่อักษรขึ้นต้นด้วย E เช่นเดียวกัน จึงเรียกว่า หลักการ 3 อี เพื่อความสะดวกแก่การจดจำ หลักการ 3 อี มีดังนี้

9.1 Engineering คือ แนวทางแก้ไขทางวิศวกรรมเทคนิคหรือทฤษฎี

9.2 Education คือ แนวทางแก้ไขทางการฝึกอบรม

9.3 Enforcement คือ แนวทางแก้ไขด้วยการใช้กฎเกณฑ์การควบคุม

การนำหลักการ 3 อี ไปใช้ ปกติแล้วปัญหาด้านบริการไม่ดี คุณภาพต่ำ และสร้างความเสียหายต่อธุรกิจของกิจการใด ๆ นั้น มักจะมีสาเหตุมากกว่า 1 สาเหตุขึ้นไป และสาเหตุต่าง ๆ เหล่านั้น อาจประมวลเป็นกลุ่มได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มสาเหตุที่ 1 ปัญหาความไม่พร้อมทางด้านวิศวกรรม ได้แก่ อาคาร สถานที่ โต๊ะทำงาน อุปกรณ์ทำงาน เครื่องมือ เครื่องใช้ ตลอดจนด้านการวางระบบงาน การวางผังสำนักงาน การกำหนดขั้นตอนการทำงาน ซึ่งมีปัญหาด้านเอกสารและแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่มีมากเกินไป ความจำเป็น ปัญหาด้านวิศวกรรมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างอยู่ และมักเป็นกำแพงที่หยุดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งพนักงานพยายามทำ จึงเป็นบทบาทหน้าที่ของฝ่ายจัดการที่ต้องเข้ามาแก้ไขปัญหานี้ในกลุ่มนี้

2. กลุ่มสาเหตุที่ 2 ปัญหาจากตัวพนักงานระดับปฏิบัติการ มีปัญหาที่มีสาเหตุใหญ่ ๆ ที่เรียกว่า 3 ไอ ดังนี้

2.1 Innocence หรือ การทำไปเพราะความไม่รู้ หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เพราะขาดการฝึกอบรมและให้การศึกษาเกี่ยวกับงานที่เพียงพอ ด้านนี้ต้องแก้ไขด้วยการฝึกอบรม (Training)

2.2 Ignorance หรือ ความละเลย รู้ทั้งรู้แต่ไม่ปฏิบัติ เพราะขาดวินัยในการทำงาน เป็นปัญหาด้านการบังคับบัญชา ผู้บริการต้องใช้ Enforcement

2.3 Intention หรือ ความจงใจที่จะกระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง เพราะมีสิ่งจูงใจบางอย่าง แก้ไขด้วย Encouragement และ Good Human Resource Management

3. กลุ่มสาเหตุที่ 3 เป็นสาเหตุทางด้านสภาพแวดล้อมองค์กรที่อาจเป็นผลรวมจากระบบงาน ประเพณีปฏิบัติ และวัฒนธรรมองค์กร ทั้งนี้เป็นเพราะขาดการณรงค์ที่ดีพอ และขาดการร่วมแรงร่วมใจประสานความคิดทางด้านการกิจกรรม

วรเดช จันทรศร (2542, หน้า 28-29) ได้กล่าวไว้ในกรอบการอภิปรายทางวิชาการเรื่องการปฏิรูปวัฒนธรรมและค่านิยมในการบริการประชาชนว่าควรสร้างความเสมอภาคในการให้บริการ มีข้อคำหิภาคราชากรในอดีตกบ้างน้อยบ้างตามแต่ละช่วงเวลาคือ ราชากรที่เอาแต่พวกพ้อง ถ้าใครมีเส้นมีสายมาติดต่อกับทางราชากรจะเร็วตรงนี้ คิดว่าวัฒนธรรมใหม่ อยากรให้ไม่มีพวก พวกราชากรก็คือ พวกประชาชน การทำงานในภาคราชากร เชื่อว่าจะต้องเป็นการทำงานในระบบที่เอาประชาชนทั้งหมดเป็นพวก และประชาชนทั้งหมดจะต้องได้รับความสำคัญใกล้เคียงกัน เสมอภาคกัน ใครมาก่อนต้องได้รับบริการก่อน เรียกว่า เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการทีหลัง เรียกว่าไม่เป็นธรรม ทำผิดกฎหมายถูกจับเหมือนกันอย่างเสมอภาค

กุลธณ หนาพงศ์ธร (2540 อ้างถึงใน สอาด สุขเสดาะ และคณะ, 2553, หน้า 28) ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดี โดยมีหลักการดังนี้

1. ให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะต้องสามารถสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการจัดให้กับกลุ่มบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้น นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดแล้ว ยังไม่คุ้มค่าในการดำเนินการอีก

2. ให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริการ หรือผู้ปฏิบัติงาน

3. ให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค กล่าวคือ บริการที่จัดขึ้นนั้น จะต้องจัดสรรให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียม ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่กลุ่มบุคคลใดกลุ่มหนึ่งในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างเห็นได้ชัด

4. ให้บริการโดยยึดหลักความประหยัด กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายในการบริการจะต้องไม่มากเกินไปเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. ให้บริการโดยยึดหลักความสะดวก กล่าวคือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องอยู่ในลักษณะที่สามารถปฏิบัติได้ง่าย สะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรน้อย ทั้งยังไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ให้หรือผู้รับบริการจนเกินไป

สรุป จากแนวคิดของการบริการ งานบริการเป็นการผลิตสินค้าเพื่อผู้บริโภคหรือผู้รับบริการได้รับความรู้สึกที่คุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ งานบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการ ผู้บริการจึงต้องดำเนินงานด้วยความละเอียดรอบคอบ มีข้อขาดตกบกพร่องให้น้อยที่สุดที่จะทำได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

English Tourist Board โดย เมสัน (Mason, 1990, p. 8 อ้างถึงใน พิมพาพร งามศรีวิเศษ, 2555) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากบ้านเป็นเวลา 24 ชั่วโมงหรือมากกว่าในช่วงวันหยุด โดยบุคคลมีกิจกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวในความหมายของเมทรินัน และวอลล์ (Matthicsen & Wall (1982 อ้างถึงใน พิมพาพร งามศรีวิเศษ, 2555) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนที่ชั่วคราวของคนที่มีจุดหมายปลายทางข้างนอกจากที่พักคือ ที่ทำงานหรือที่อยู่อาศัย มีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นในระหว่างที่พักที่ปลายทางนั้น และมีการจัดหาความสะดวกสบาย เพื่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัญญา ชิมสื่อ (2547, หน้า 30) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างที่มี การเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่ง หมายถึง ที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

แมคอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1984 อ้างถึงใน ริสาธร พูลพงษ์, 2551, หน้า 11) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ

ชิดจันทร์ หังสสูตร (2535 อ้างถึงใน นพดล บุญเจริญ, 2550, หน้า 16) กล่าวว่า เพื่อให้เข้าใจการท่องเที่ยว (Tourism) น่าจะรู้ความหมาย 2 คำนี้ก่อน คือ นันทนาการ (Recreation) กับ การเดินทาง (Travel)

นันทนาการ (Recreation) คือ งานบันเทิงหรือการพักผ่อนหย่อนใจทั่วไป จะทำขึ้นโดยเฉพาะในยามว่าง เป็นความสนุกสนานเฉพาะตัวที่สามารถเลือกได้ จึงเป็นกิจกรรมเฉพาะอย่างที่เป็นความพอใจหรือเกิดความสุขใจแก่คนบางคน บางกลุ่ม บางเหล่าเท่านั้น เช่น คนหนึ่งอาจเลือกเล่นสกี เล่นหมากรุก อ่านหนังสือ ดูโทรทัศน์ อีกคนหนึ่งอาจเล่นดนตรี เล่นกีฬา เล่นการพนัน หรือการเดินทางไกลไปเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ นันทนาการนี้ รวมเอาความสนุกสนาน กลางแจ้งที่ทำในเวลาว่างเข้าไปด้วย

การเดินทาง (Travel) นั้น หมายถึง การเดินทางผ่านหรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะนำไป เป็นระยะทางไกล ๆ หรือไปยังสถานที่ต่างประเทศ รวมทั้งการเคลื่อนไหวทุกชนิด โดยไม่สนใจในจุดมุ่งหมายแต่อย่างใด

สุทธิธิ์ ชูชาติ (2542, หน้า 3 อ้างถึงใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551, หน้า 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว ระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อเยี่ยมชม ญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านท่องเที่ยว

ธรรมนูญ ประจวบเหมาะ (2533 อ้างถึงใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551, หน้า 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมีการเดินทางจากที่หนึ่งที่มักหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2530 อ้างถึงใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551, หน้า 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ คือ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมาหาสินค้าด้วยตนเอง แทนที่สินค้าจะไปหาซื้อ สำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือ ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรื่นรมย์ ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่

ประเทืองปัญญา พักผ่อน สนุกสนาน ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่น เพื่อชักชวนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster's, 1913 อ้างถึงใน อนุชิต พึ่งปัญญาคี, 2553, หน้า 32) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความสำราญใจและในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่ง เพื่อไปหาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น

มล. ศุ้ย ชุมสาย (2527 อ้างถึงใน อนุชิต พึ่งปัญญาคี, 2553, หน้า 30) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง ซึ่งการเดินทางที่นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อยครบถ้วน 3 ประการ คือ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความสมัครใจของผู้เดินทาง
3. ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

นิคม จารุมณี (2544, หน้า 21) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วย องค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้
- ความหมายของนักท่องเที่ยว**

วินิจ วิรยางกูร (2523 อ้างถึงใน นพดล บุญเจริญ, 2550, หน้า 17) ได้ให้ความหมายไว้ 3 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ผู้เยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือน ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และการมาเยือนมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1 เพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบศาสนกิจ และการกีฬา

1.2 เพื่อธุรกิจ

1.3 เพื่อเยี่ยมครอบครัว

1.4 เพื่อราชการ

1.5 เพื่อการประชุม

2. นักทัศนจร (Excursionist) คือ ผู้ที่มาเยือนเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่เกิน 24 ชั่วโมง

3. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตาม โดยใช้เส้นทางที่มีได้ซื้อเป็นปกติประจำวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน

สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เหมาะสมกับประเทศไทย และให้สอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533, หน้า 19-20 อ้างถึงใน อนุชิต พึ่งปัญญาคี, 2553, หน้า 30)

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และพำนักอยู่ในประเทศไทยครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเทศเหล่านี้จะต้องเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่มาหางานทำ หรือหารายได้ในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2525, หน้า 4-8 อ้างถึงใน อนุชิต พึ่งปัญญาคี, 2553, หน้า 30-31)

1.1 เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน พักผ่อน การศาสนา การกีฬา การประชุม/ สัมมนา การทูต

1.2 เดินทางเข้ามาเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจหรือทางการค้าขาย

1.3 เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลำเดียวกัน ที่แวะจอด ณ ท่าเรือและขึ้นมาค้างคืนบนบก

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่มิใช่เพื่อหางานทำหรือหารายได้ ทั้งนี้ได้จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภท คือ

2.1 นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม

2.2 นักท่องเที่ยวประเภทเช้า-เย็นกลับ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้ ประกอบด้วย

2.2.1 คนไทย (Thai National)

2.2.2 คนต่างด้าวที่อยู่ภายในประเทศไทย (Thailand Residence)

2.2.3 นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทย และท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

2.3 ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

2.3.1 โรงแรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

2.3.1.1 โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องพักจำนวน 100 ห้องขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น ห้องปรับอากาศ ห้องชุดพักผ่อน ห้องอาหาร

ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สถานบันเทิง สถานบริการต่าง ๆ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการไปรษณีย์ บริการรถรับ-ส่ง ฯลฯ ซึ่งโรงแรมลักษณะนี้ จะมีอัตราค่าเช่าห้องพัก 400 บาทขึ้นไป

2.3.1.2 โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และอัตราค่าเช่าต่ำกว่า 400 บาท

2.3.2 เกสต์เฮาส์ หมายถึง ที่พักที่เจ้าของสถานที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว ที่พักนี้อาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

2.3.2.1 ลักษณะบ้านพักจะจัดไว้ส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

2.3.2.2 ลักษณะคล้ายโรงแรม แต่วิธีการและระเบียบต่าง ๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรม และการคิดค่าบริการมี 2 ลักษณะ ถ้าราคาหรือค่าบริการอยู่ในอัตราสูง คือ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำอยู่ภายในห้องพัก แต่ถ้าค่าบริการถูกก็จะเป็นลักษณะห้องน้ำรวม

2.3.3 บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน หมายถึง ที่พักที่อยู่ในบ้านของญาติพี่น้อง หรือเพื่อนของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวพักโดยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า

2.3.4 วัด หมายถึง สถานที่ประกอบทางศาสนา ซึ่งจัดบริเวณส่วนหนึ่งให้เป็นที่พักสำหรับนักเดินทางและบริการโดยไม่คิดค่าเช่า นอกจากผู้เข้าพัก ทำบุญถวายวัดตามกำลังศรัทธา

สรุป การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งหรือเป็นการเดินทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้าน รวมถึงการเดินทางทั้งภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศ หรือเป็นนันทนาการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสุขสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ เปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม สร้างความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์ร่วมกัน ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในยามว่าง โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ หรือเกียรติคุณ ซึ่งผู้ที่เดินทางต้องเป็นไปตามความสมัครใจ และการเดินทาง มิใช่เพื่อประกอบอาชีพ รวมไปถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง โดยการเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยว

จุฑาภรณ์ ปิ่นกะตาโพธิ์ (2554, หน้า 25-26) การท่องเที่ยวในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

2. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกี่ยวเนื่องกับ ความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจ

3. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง บันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีหรือไม่มี การศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ ถูกจัดให้เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

การท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท อาจแบ่งระดับการท่องเที่ยวได้ 4 แบบ ที่ต้องการการจัดการ ที่ต่างกัน คือ

1. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรให้คงไว้นานที่สุด ครอบคลุม ทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของ มนุษย์ การท่องเที่ยวเหล่านี้ ควรจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งครอบคลุม Natural, Cultural Tourism และ Historical Tourism ทั้งหมด

2. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ เพื่อการรักษาระบบนิเวศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ที่มีความสำคัญต่อ ระบบนิเวศของพื้นที่นั้น ๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism)

3. การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุมสัมมนา การติดต่อธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นหลัก ยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี (Conventional Tourism)

4. การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งยังคงมี แอบแฝงอยู่ในทุกส่วนหรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่ เช่น Sex Tour, Casino และ เกมสีกีฬาบางประเภท เป็นการท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม (Immorality Tourism)

สรุป การท่องเที่ยวในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ การท่องเที่ยว ธรรมชาติ (Natural Tourism), การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism), การท่องเที่ยวแบบ บันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism), และการท่องเที่ยว เพื่อการประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism)

ข้อมูลทั่วไปของเกาะช้าง จังหวัดตราด

ข้อมูลทั่วไปของเกาะช้าง จังหวัดตราด

เกาะช้างและหมู่เกาะช้าง เป็นอุทยานแห่งชาติ มีเนื้อที่มากถึง 650 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย เกาะมากถึง 52 เกาะ เรียงรายตั้งแต่เขตอำเภอแหลมงอบ อำเภอเมือง และอำเภอคลองใหญ่ เกาะที่สำคัญที่สุด คือ เกาะช้าง ซึ่งมีประวัติที่น่าสนใจ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ทั้งน้ำตก อ่าวต่าง ๆ และชายหาดที่สวยงาม นอกจากนี้ ยังมีเกาะอื่น ๆ ใกล้เคียงกันที่ยังคงสภาพความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ เกาะคลุ้มที่มีปลาอาศัยอยู่อย่างชุกชุม เกาะเหลายาใน เกาะง่าม เกาะไม้ซี้ใหญ่ เกาะหวาย เกาะรัง ฯลฯ ที่ทำการอุทยาน ฯ ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของเกาะช้าง ใกล้คลองธารมะยม ที่ด้านหน้ามีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ของอุทยาน ฯ นอกจากนี้ ยังมีหน่วยพิทักษ์อุทยาน ฯ อีก 3 จุด ซึ่งอยู่บนเกาะช้างทั้งหมด คือ บริเวณอ่าวคลองสน บริเวณทางเข้าน้ำตกคลองพลู และบริเวณหมู่บ้านสลักเพชร

เกาะช้าง แต่เดิมเป็นเกาะที่ไม่มีชุมชนหรือหมู่บ้านตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัย หากมีความสำคัญในฐานะที่เป็นท่าจอดเรือเพื่อหลบลมมรสุม และเป็นแหล่งเสบียงอาหาร และน้ำจืด โดยเฉพาะบริเวณอ่าวสลักเพชรหรืออ่าวสลัด เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่โจรสลัด ชาวจีนไหหลำ และญวน ปัจจุบันบนเกาะช้างมีประชาชนอาศัยอยู่ 8 หมู่บ้าน เกาะช้างเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ รองจากเกาะภูเก็ต มีเนื้อที่ประมาณ 429 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเขาสูง มีผาหินสลับซับซ้อน ยอดเขาที่สูงที่สุด ได้แก่ เขาสลักเพชร มีความสูง 744 เมตร สภาพป่าโดยทั่วไปอุดมสมบูรณ์ ส่วนใหญ่เป็นป่าดิบเขา อันเป็นบ่อเกิดของต้นน้ำลำธาร ทำให้มีน้ำตกหลายแห่งบนเกาะ ชายหาดและปะการังที่สวยงามอยู่ทางด้านตะวันตกของตัวเกาะ

ประวัติเกาะช้าง

ข้อมูลในปี พ.ศ. 2510 ระบุว่า จังหวัดตราด ได้ให้นายสมศักดิ์ เผื่อนด้วง ไปทำการสำรวจบริเวณน้ำตกธารมะยม และได้ส่งรายงานการสำรวจเบื้องต้นของน้ำตกธารมะยม ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะช้าง อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ให้กรมป่าไม้พิจารณาจัดตั้งเป็นวนอุทยาน ซึ่งในปี พ.ศ. 2516 กรมป่าไม้ได้ให้ความเห็นชอบในหลักการให้จัดตั้ง “วนอุทยานน้ำตกธารมะยม” และกรมป่าไม้ได้มีหนังสือให้จังหวัดตราดรับงานจัดตั้งวนอุทยานน้ำตกธารมะยมไปดำเนินการในปี พ.ศ. 2517 ซึ่งในปี พ.ศ. 2518 จังหวัดตราด ได้ให้ นายทอง โหตรภวานนท์ พนักงานป่าไม้ตรี ไปดำเนินการจัดตั้งวนอุทยานน้ำตกธารมะยม

ต่อมาคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 2/ 2524 เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 ให้ดำเนินการจัดบริเวณเกาะช้างและเกาะกูด จังหวัดตราด เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลอีกแห่งหนึ่ง กรมป่าไม้จึงมีคำสั่งให้ นายเรืองศิลป์ ประกรศรี นักวิชาการป่าไม้ 4

ไปทำการสำรวจหาข้อมูลรายละเอียด ทั้งดำเนินการปรับปรุงวนอุทยานน้ำตกธารมะยม เพื่อยกฐานะเป็นอุทยานแห่งชาติต่อไป

จากรายงานข้อมูลการสำรวจตามหนังสือวนอุทยานน้ำตกธารมะยมพบว่า เกาะช้าง และ เกาะบริวาร สภาพทั่วไปมีทิวทัศน์สวยงาม มีน้ำตก และสัตว์ป่าหลายชนิดอาศัยอยู่ ตลอดจนในอดีตน่านน้ำบริเวณทิศตะวันออกของเกาะช้างได้เกิดเหตุการณ์ขึ้นในสมัยอินโดจีน กล่าวคือ เรือรบหลวงสงขลา เรือรบหลวงชลบุรี และเรือรบหลวงธนบุรี ได้ทำการยุทธนาวีกับเรือรบฝรั่งเศส จำนวน 7 ลำอย่างห้าวหาญ เมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2484 วีรกรรมครั้งนี้ได้รับการจารึกไว้ในประวัติศาสตร์ของกองทัพเรือ

เพื่ออนุรักษ์น่านน้ำประวัติศาสตร์และสภาพธรรมชาติของหมู่เกาะในทะเลของอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ได้นำเสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีมติในการประชุม ครั้งที่ 1/ 2525 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2525 เห็นควรจัดตั้งหมู่เกาะช้างเป็นอุทยานแห่งชาติ โดยมีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินเกาะช้างและเกาะใกล้เคียงในท้องที่ตำบลเกาะช้าง และตำบลเกาะหมาก อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ครอบคลุมพื้นที่ 406,250 ไร่ หรือ 650 ตารางกิโลเมตร โดยเป็นพื้นน้ำประมาณ 458 ตารางกิโลเมตร หรือ 70 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 99 ตอนที่ 197 ลงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2525 เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 45 ของประเทศไทย

ภูมิประเทศเกาะช้าง

เกาะช้าง เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในจำนวนกว่า 40 เกาะ ของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากแหลมงอบมาประมาณ 8 กิโลเมตร พื้นที่มีความยาวจากทิศเหนือลงมาถึงทิศตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 30 กิโลเมตร มีความกว้างประมาณ 14 กิโลเมตร พื้นที่อุทยานแห่งชาติไม่ได้ครอบคลุมเกาะช้างทั้งหมด มีบางส่วนที่เป็นส่วนของกิ่งอำเภอเกาะช้าง มีประชาชนอาศัยอยู่ส่วนในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ส่วนที่เป็นพื้นดินส่วนใหญ่ของเกาะช้าง มีลักษณะภูมิประเทศ เป็นภูเขาเกือบตลอดทั้งเกาะ เช่น เขาล้าน เขาจอมปราสาท เขาคลองมะยม เขาสลักเพชร ยอดเขาใหญ่เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด มีความสูง 743 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง

ข้อมูลโครงสร้างทางธรณีระบุว่าในพื้นที่ส่วนใหญ่ของเกาะช้าง เป็นหินอัคนีในยุคไทรแอสซิก มีช่วงอายุ 195-230 ล้านปีมาแล้ว มีที่ราบตามชายฝั่งทะเลในบริเวณหมู่บ้านสลักเพชร หมู่บ้านสลักคอก หมู่บ้านคลองสน และอ่าวคลองพร้าว แม่น้ำลำธารในเกาะช้างเป็นคลองสายสั้น ๆ ที่น้ำทะเลเข้าถึง ดินคลองเป็นห้วยน้ำจืดไหลมาจากน้ำตก ซึ่งเป็นสภาพหุบเขาหลังอ่าวต่าง ๆ ไหลแทรกไปตามบริเวณป่าชายเลนแล้วไหลลงสู่ทะเลรอบ ๆ คลองที่สำคัญ ได้แก่ คลองสน คลองมะยม คลองค้ำควา คลองบางเบ้า คลองพร้าว คลองนนทรี เป็นต้น ลำน้ำเหล่านี้ ยังก่อให้เกิด

น้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง เช่น น้ำตกธารมะยม น้ำตกคลองพลู น้ำตกคลองนนทรี น้ำตกคีรีเพชร และน้ำตกคลองหนึ่ง นอกจากนี้ ชายฝั่งตะวันออกของเกาะจะมีหาดโคลนและหินเป็นหาดหน้าแคบ ส่วนหาดทางด้านตะวันตกของเกาะช้างจะเป็นหาดทรายและหิน

ภูมิอากาศเกาะช้าง

ฤดูฝน จะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี เป็นช่วงเวลาที่ได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยรายปีประมาณ 4,700 มิลลิเมตร

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ในระยะนี้มีมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมพื้นที่ ทำให้อุณหภูมิลดลงอากาศหนาวเย็น

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน ในระยะนี้ ดวงอาทิตย์กำลังเคลื่อนผ่านเส้นศูนย์สูตรไปทางซีกโลกเหนือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือมีกำลังอ่อน ก่อนข้างจะแปรปรวนมีฝนตกน้อย ทำให้อากาศร้อนอบอ้าว โดยเฉพาะในเดือนเมษายน เกาะช้างมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27 องศาเซลเซียส

ช่วงเวลาที่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวของเกาะช้างจะเริ่มตั้งแต่ตุลาคมไปจนถึง พฤษภาคม ที่เรียกว่า High Season จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวกันมาก เนื่องจากประเทศทางแถบยุโรปจะเป็นฤดูหนาว ส่วนช่วงมิถุนายน-กันยายน จะช่วง Low Season ซึ่งโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก จะมีการลดราคาค่าห้องพักถูกมาก เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวกันน้อย

ท้องที่อำเภอเกาะช้าง เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอแหลมงอบ ทางราชการได้แบ่งพื้นที่การปกครองออกมาตั้งเป็นกิ่งอำเภอเกาะช้าง ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลง วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2537 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน ปีเดียวกัน [1] และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาลงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเกาะช้าง โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน ปีเดียวกัน

การปกครองส่วนภูมิภาค

อำเภอเกาะช้าง แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 2 ตำบล 9 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ตำบลเกาะช้าง มี 4 หมู่บ้าน คือ

- 1.1 หมู่ที่ 1 บ้านคลองนนทรี
- 1.2 หมู่ที่ 2 บ้านด่านใหม่
- 1.3 หมู่ที่ 3 บ้านคลองสน
- 1.4 หมู่ที่ 4 บ้านคลองพร้าว

2. ตำบลเกาะช้างใต้ มี 5 หมู่บ้าน คือ

- 2.1 หมู่ที่ 1 บ้านบางเบ้า
- 2.2 หมู่ที่ 2 บ้านสลักเพชร
- 2.3 หมู่ที่ 3 บ้านเจ๊กแบ้
- 2.4 หมู่ที่ 4 บ้านสลักคอก
- 2.5 หมู่ที่ 5 บ้านสลักเพชรเหนือ

ท้องที่อำเภอเกาะช้าง ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลเกาะช้างครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะช้างทั้งตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะช้างใต้ทั้งตำบล

สถานที่ท่องเที่ยว

เกาะช้างเป็นเกาะที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศไทยรองจากเกาะภูเก็ต และเกาะสมุย เกาะช้างมีโรงแรมและรีสอร์ทมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาดำน้ำ และด้วยภูมิประเทศที่มีป่าเขาอยู่กลางเกาะ นักท่องเที่ยวจึงสามารถท่องเที่ยวแบบเดินป่า จีช้างก็ได้เช่นกัน

สถานที่ท่องเที่ยว

1. หาดทำน้ำ
2. หาดบางเบ้า (หมู่บ้านชาวประมง)
3. หาดไก่อแบ้
4. หาดโลนลี่บีช
5. หาดคลองพร้าว
6. หาดทรายขาว
7. หาดทรายขาว
8. หาดคลองกลอย
9. อ่าวบางเบ้า
10. น้ำตกคลองพลู
11. อ่าวไบลาน
12. อ่าวสับปะรด
13. อ่าวธรรมชาติ

การเดินทาง จากกรุงเทพฯ ไปตราด

ทางรถยนต์

ถนนบางนา-บางปะกงและถนนสุขุมวิท ผ่านชลบุรี-ระยอง-จันทบุรี-ตราด ระยะทางประมาณ 390 กิโลเมตร

ถนนบางนา-บางปะกงและถนนสุขุมวิท ผ่านชลบุรี พัทยา ระยอง แกลง จันทบุรี เข้าตัวเมืองจังหวัดตราด รวมระยะทางประมาณ 390 กิโลเมตร หรืออาจใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 36 จากพัทยาสู่ระยอง อำเภอกาบัง รวมระยะทาง 355 กิโลเมตร

ถนนกรุงเทพฯ-ชลบุรี ที่เชื่อมต่อมาจากถนนพระราม 9 ขับตรงมาจนพบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 344 (บ้านบึง-แกลง) ถึงอำเภอกาบัง และต่อด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 ผ่านอำเภอลอง จังหวัดจันทบุรี ข้ามสะพานเวฬุ ผ่านอำเภอเขาสมิง ตรงเข้าสู่ตัวเมืองจังหวัดตราด รวมระยะทางประมาณ 315 กิโลเมตร ถ้าไม่ต้องการเข้าสู่ตัวจังหวัดตราด ก็สามารถที่จะตรงไปยังท่าเรือเฟอร์รี่ได้ โดยเลี้ยวขวามาทางแหลมงอบได้เลย กรุงเทพฯไป เกาะช้าง

ทางเครื่องบิน

บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด มีเที่ยวบินระหว่างกรุงเทพฯ-ตราด-กรุงเทพฯ (อยู่ในเขตอำเภอเขาสมิง) ทุกวัน

เรือเฟอร์รี่

1. ท่าเรือ Center Point
2. ท่าเรืออนุสรณ์สถานยุทธนาวีเกาะช้าง (เรือไม้)
3. ท่าเรือเกาะช้างเฟอร์รี่ (อ่าวธรรมชาติ)
4. ท่าเรือเกาะช้าง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญา ชิมสื่อ (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดในเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 จำนวน 368 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546

ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมและนันทนาการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดภูมิทัศน์สภาพ อยู่ในระดับปานกลาง และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 แบ่งได้ดังนี้ จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวไทย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวไทย ในภาพรวมด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ ข้อความ และประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการจัดการภูมิทัศน์ และทัศนียภาพ แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ ระดับรายได้ ภูมิฐานะที่มา และจุดประสงค์การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวไทย ในภาพรวมด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกัน

พรรณภา เชื้อพุดตาล (2547) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อาชีพ อายุของลูกค้า และประเภทสาขาธนาคาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ คะแนนเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับตามคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้ คือ ด้านการจัดบริการอย่างยุติธรรม ด้านการจัดการบริการอย่างก้าวหน้า ด้านการจัดการบริการอย่างเพียงพอ ด้านการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการจัดการบริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา ตามลำดับ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ โดยรวม และด้านการบริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และด้านการจัดการบริการอย่างเพียงพอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

3. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพของลูกค้าโดยรวมและรายด้าน ลูกค้าอาชีพเกษตรกรรม อาชีพรับราชการและอาชีพทำงานบริษัท/ รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และลูกค้าอาชีพเกษตรกรรม อาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจสูงกว่าอาชีพทำงานบริษัท/ รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

4. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามอายุของลูกค้า ด้านการจัดการบริการอย่างยุติธรรม พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 35-49 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสูงกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

5. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามประเภทสาขาของธนาคาร ด้านการจัดการอย่างเพียงพอ และด้านการจัดการอย่างก้าวหน้า พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการในประเภทสาขาต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)

คหิฏฐนันท์ ขวัญทอง (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และที่ตั้งสาขา

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 40 ปี มีอาชีพลูกจ้างเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการในเขตธุรกิจและนอกเขตธุรกิจ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2.1 เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 เมื่อพิจารณาตามที่ตั้งสาขา พบว่า ในเขตธุรกิจและนอกเขตธุรกิจ โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้ใช้

บริการมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)

3.1 เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3.2 เมื่อเปรียบเทียบตามที่ตั้งสาขา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธนวัฒน์ ประกอบศรีกุล (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตร การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรลูกค้าเงินกู้ และลูกค้า

เงินฝากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียงชัย จำนวน 670 คน และสหกรณ์การเกษตร จำนวน 15 สหกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ด้านเกษตรกร ลูกค้าเงินกู้และลูกค้าเงินฝาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการ การทำคำขอกู้เงินของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านสถานที่ของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ด้านสหกรณ์การเกษตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการเงินกู้ของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจกับระเบียบในการกำหนดสัดส่วนเงินกู้ที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้สหกรณ์ชำระคืน อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

เบญจพร ทองไชย (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจ การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท และภูมิลำเนาอาศัยอยู่ที่กรุงเทพมหานคร เหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะมาซ้ำ และจะบอกต่อบุคคลอื่นให้มาเที่ยวแน่นอน

ประยูร พงศ์พันธ์ (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว จังหวัดตราด พ.ศ. 2548 วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 20 ปีลงมา ที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว โดยเป็นคนจังหวัดตราด มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งยังไม่มีรายได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว ในด้านการจัดสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับค่อนข้างมาก การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจมีต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว ทั้งเพศ ช่วงอายุ จังหวัดที่พักอาศัย ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ซึ่ง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สรไกร เต็มถาวร (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ นิยมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ พาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว คือ 1-5 วัน และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี คือ 1-5 ครั้ง นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในภาพรวมของปัจจัยเชิงจิตด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

สุรดี ชิดชอบ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวมและรายข้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก 2) การประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ

ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 3) แนวทางในการแก้ไขปรับปรุง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้อำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย เพิ่มถึงขยะที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้น ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและข้อมูลทันสมัย ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว และไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาด ราคาห้องพัก เพิ่มการบริการด้านการคมนาคม ความปลอดภัย และพัฒนาจุดชมวิวกว้างมากขึ้น

วินัย ราพพรรณ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน กรณีศึกษาสำนักงานใหญ่ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน กรณีศึกษาสำนักงานใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินตามองค์ประกอบของความพึงพอใจ 4 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพ การให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่ และสภาพแวดล้อม ด้านประเภทที่ให้ บริการ และศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตาม ปัจจัยภูมิหลังของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาของการใช้บริการ รายได้ต่อเดือน ประเภทของบริการที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ เป็นจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มแบบโควตา เฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน ในช่วงวันที่ 16-25 มิถุนายน 2546 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าแจกแจงที (t-test) การวิเคราะห์ ความแปรปรวนโดยใช้ (ANOVA) และการทดสอบวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ ผลการศึกษาเปรียบเทียบ พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านประเภท ที่ให้บริการ ส่วนผลการศึกษาเปรียบเทียบสภาพความพึงพอใจด้านบุคลิกภาพการให้บริการของพนักงานพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านประเภทที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการ ที่จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาของการใช้บริการ รายได้ต่อเดือน ประเภท ของบริการที่ใช้ พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า บางคู่ไม่มีความแตกต่างกัน

สมาริ พรรณนิคม (2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า
3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า
4. เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
5. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ

รวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มาใช้บริการ ณ สำนักเขตหลวงทั้ง 7 สำนัก รวมแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 399 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ค่า t-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ด้วยค่า F-test และหาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไค สแควร์ (χ^2) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในเรื่องสาเหตุการมาใช้บริการ พบว่า ลูกค้าใช้บริการ เนื่องจากสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องจำนวนครั้งการมาใช้บริการ/เดือน พบว่า ลูกค้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน มากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องประเภทการให้บริการ พบว่าลูกค้ามาใช้บริการฝาก/ถอน มากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้า ระยะการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 3-4 ปี มากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องช่วงระยะเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการ พบว่า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ มากที่สุดคือ 11.31-13.00 น.

2. ลูกค้าที่ใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ และด้านอาคาร/สถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

4. ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องระยะเวลาการเป็นลูกค้า แตกต่างกัน และมีพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องจำนวนครั้ง ในการใช้ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้

5. ลูกค้าที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ สาเหตุการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน

อำพล เกตุทวี (2548) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าที่มีบัญชีเงินฝาก กับธนาคารและมาทำธุรกรรมหรือใช้บริการ ณ ที่ทำการสาขา จำนวน 407 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างด้านความคิดเห็นของลูกค้า โดยใช้ค่าที และค่าเอฟ ซึ่งพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า

1. ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า ส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นเพศหญิง มีอายุในระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท
2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของพนักงาน ด้านคุณภาพของสถานที่ ด้านคุณภาพของการให้บริการ อยู่ในระดับมาก
3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ ไม่แตกต่างกัน

ผกามาศ วีระสกุล (2549) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสิริรัฐนิคม การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสิริรัฐนิคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาสิริรัฐนิคม และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กรุงไทย สาขาสิริรัฐนิคม ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบโดยใช้สถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านคุณภาพของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของสถานที่ และด้านระบบการให้บริการ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาศิริรัฐนิคม พบว่า เพศ สถานภาพสมรส อาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาศิริรัฐนิคม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาศิริรัฐนิคม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และประเภทที่ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน

พนารัตน์ ลาภเกิน (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยว นั้น สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย คือ ประวัติศาสตร์และ โบราณสถาน โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ควรจะพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

อรพรรณ เทศสวัสดิ์ (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการให้บริการของธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ

1. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับคุณลักษณะส่วนบุคคล
3. ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคารทหารไทย ในห้างสรรพสินค้า จำนวน 4 สาขา จำนวน 367 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และค่าเอฟ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ

ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านสถานที่ติดต่อของธนาคาร และการให้บริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศและด้านสถานภาพสมรส จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่ไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคาร

3.1 ขอให้ทางธนาคารเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าเพิ่มขึ้น

3.2 ขอให้ขยายระยะเวลาการให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้า

3.3 เพิ่มการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติให้มากขึ้น

3.4 การฝากเงินสดทางกล่องรับฝากอัตโนมัติของธนาคารควรมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือ

กิตติศักดิ์ รัตนดาฉาย (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

พักแรมของนักท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี วิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านที่พักและบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพักแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ และปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพักแรมของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด สำหรับผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพักของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนาหรือที่อยู่อาศัย (จังหวัด) แตกต่างกัน มีการตัดสินใจพักแรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกับการตัดสินใจพักแรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านห้องพักและบริการ (Product) ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Place) และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotion) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจพักแรมของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จรรยา วาหลวง (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาในการเดินทาง คือ

วันหยุดปลายสัปดาห์ ระยะเวลาต่อครั้งเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 8,100 บาท จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว เฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน สถานภาพแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันแต่มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งไม่แตกต่างกัน ปัจจัยเชิงจิตด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยเชิงจิตด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ปัจจัยเชิงจิตเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และปัจจัยด้านความรุ่มร้อนและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรม และการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน รถทัวร์ เรือ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับต่ำมาก ปัจจัยเชิงจิตในการท่องเที่ยวด้านความสนุกสนานและความบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ในด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นพพล บุญเจริญ (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นของเทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำยามเย็น 385 นาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรสมากที่สุด มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นของเทศบาลตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหมดอยู่ในระดับมาก และในด้านการบริการทางการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ แรงจูงใจการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ร่วมเดินทาง โอกาสในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวต่างกัน จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ อาทิ การปรับปรุงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องสุขา สถานที่จอดรถ จัดสร้างสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มอุปกรณ์รองรับขยะให้เพียงพอ เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และประสานหน่วยงานต่าง ๆ มากำกับดูแลคุณภาพอาหาร

นิพนธ์ ใจชื่อ (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา
2. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา
3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม 250 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test (Independent Sample: t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า 1) ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ลูกค้ามาใช้บริการเพราะสะดวกใกล้บ้านใกล้ที่ทำงาน จำนวนครั้งของการใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน รูปแบบของการใช้บริการคือ ฝาก/ถอน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-2 ปี ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ 13.01-14.30 น. 2) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่ และด้านกระบวนการให้บริการ 3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้แตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ ด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้ และด้านอาคารสถานที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านอาคาร/สถานที่แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการและด้านเครื่องมือ/เครื่องใช้แตกต่างกัน และ 4) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือ-อยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ จำนวนครั้งการให้บริการต่อเดือน และช่วงเวลาที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้าน

กระบวนการการให้บริการแตกต่างกัน และระยะเวลาการเป็นลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกัน

สายทิพย์ บัวเผือก (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวคือ ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ โดยนิยมมากับเพื่อน และจะมาในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ในด้านความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ แหล่งสินค้าพื้นเมืองที่ระลึก และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ อาจจะมีอีก

ธีรวัฒน์ บุตตะโยธี (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเมืองโบราณ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 15-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจต่อทัศนียภาพความสวยงามของเมืองโบราณ และพอใจต่อความกว้างขวางของสถานที่ โดยยังเห็นว่าราคาค่าเข้าชมเหมาะสมและคุ้มค่าในการมาเที่ยว แต่ยังเห็นว่าเมืองโบราณยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ และไม่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

ริสาธร พูลพงษ์ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว จังหวัดจันทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดสถานที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

สมพงษ์ สังข์ทอง (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ความเข้าใจ

เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยภาพรวมความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ผลการศึกษาโดยภาพรวม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ที่พักอาศัยปัจจุบัน ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะกลุ่มเดินทางที่มาท่องเที่ยว การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน อาชีพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

ทวิลาภ รัตนราช (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะไข่ จังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะไข่ จังหวัดชุมพร เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ โดยมีเพื่อนมีอิทธิพลในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เที่ยวกับเพื่อน/ ครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค้างคืน 2 คืน

ความถี่ในการท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง/ปี และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะไข่ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

อนุชิต พึ่งปัญญาดี (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท นักท่องเที่ยวมีปัจจัยสนใจในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านธุรกิจ หรืองานที่ทำ ด้านทางกายภาพ และสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคล ด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน ด้านศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยด้านการตลาดท่องเที่ยว

ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด อยู่ในระดับเห็นด้วย

จุฬารัตน์ ปิ่นกะตาโพธิ์ (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภค
ในการเลือกใช้บริการที่พัก ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
เป็นหญิง สถานภาพโสด อายุ ระหว่าง 15-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีอาชีพ
ทั่วไปไม่จำกัด จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายจะอยู่ในช่วงวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน และสำหรับผลจากการ
ศึกษาข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการ
ที่พักในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องของ
ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ
ประชากรกลุ่มตัวอย่างในระดับที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากสมมติฐาน
ที่ผู้วิจัยตั้งไว้

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเอกสารที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงเป็นแนวทางใน
การกำหนดตัวแปร ประกอบด้วย แนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจ, แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ, แนวคิด
ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, ข้อมูลทั่วไปของเกาะช้าง จังหวัดตราด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ
ได้นำมาสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยระบุตัวแปรที่อยู่ในกรอบความคิด ให้มีความสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย ขอบเขตการวิจัย และนิยามศัพท์ทั้งหมดที่กล่าวมา
ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการศึกษาถึง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการ
ไก่อแบ๊ว รีสอร์ท อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด”