

ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
ของประเทศไทย: การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ


กุลชญา ภาหิโนคกสูง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา
สิงหาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ กุลชญา ภาทินโคกสูง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

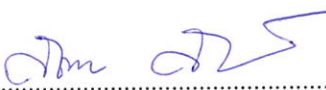
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์



.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.สุชาดา สกลกิจรุ่งโรจน์)



.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กรเพชรปาณี)


.....กรรมการ
(ดร.สุชาดา สกลกิจรุ่งโรจน์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลพงศ์ สุขสว่าง)

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญาอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา
ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยวิทยาการวิจัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กรเพชรปาณี) และวิทยาการปัญญา
วันที่.....เดือน.....ปี พ.ศ. 2559

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยความกรุณาจาก ดร.สุชาดา สกลกิจรุ่งโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาตรวจแก้ไขและวิจารณ์ผลงาน ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณ อาจารย์ชัยยา น้อยนารถ ที่กรุณาให้ความรู้ และให้คำปรึกษาด้านสถิติ และอาจารย์ในวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญาทุกท่านที่เกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าคอยบ่มเพาะให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำ ด้วยความใส่ใจเป็นอย่างดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกประทับใจ และตั้งต้นในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อทวี คุณแม่เจือ หินโคกสูง พี่ ญาติ และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูตเวทิตาแด่บุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบนานเท่านาน

กุลชญา ภาหิโนโคกสูง

56910093: สาขาวิชา: การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา;

วท.ม. (การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/ ความเชื่อมั่น/ ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

กฤษฎา ภาทินโคกสูง: ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย: การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ (A MULTIVARIATE ANALYSIS OF STAKEHOLDER SATISFACTION AND CONFIDENCE FOLLOWING THE DEVELOPMENT OF A SCENIC HIGHWAY ALONG THE EASTERN COAST OF THAILAND) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: สุชาติ สกลกิจรุ่งโรจน์, ปร.ด., เสรี ชัดเข้ม, ค.ด. 160 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน การศึกษาใช้ข้อมูลซึ่งได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ ที่ใช้บริการถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 880 คน และการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คน เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน และความแปรปรวนพหุ

ผลการวิจัย ปรากฏว่า

1) ในด้านความพึงพอใจ เพศและอาชีพที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้ถนนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 31 – 45 ปี และคนในพื้นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ในด้านความเชื่อมั่น เพศ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนนที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้ถนนที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี มีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 46 – 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ผลจากการสัมภาษณ์ ปรากฏว่า คนในพื้นที่รู้สึกพึงพอใจเพราะถนนเส้นนี้มีจุดชมวิวที่สวยงาม มีการออกแบบถนนมาอย่างดี และเชื่อมั่นว่าสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ซึ่งจะนำความเจริญมาสู่ชุมชน อีกทั้งสามารถช่วยย่นระยะเวลาการเดินทางได้เป็นอย่างดี ขณะที่ผู้ประกอบการรู้สึกสะดวกสบายเพราะสามารถใช้เป็นเส้นทางลัดในการเดินทางและขนส่งสินค้าได้ อีกทั้งมั่นใจว่าถนนเส้นนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านนักท่องเที่ยวรู้สึกชอบถนนเส้นนี้เพราะถนนมีความสวยงามและพื้นผิวถนนเรียบทำให้เดินทางสะดวก

56910093: MAJOR: RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE;
M.Sc. (RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE)

KEYWORD: SATISFACTIONS/ CONFIDENCE/ SCENIC ROUTE ALONG THE EASTERN
COAST OF THAILAND

KUNCHAYA PHAHINKHOKSUNG: A MULTIVARIATE ANALYSIS OF STAKEHOLDER
SATISFACTION AND CONFIDENCE FOLLOWING THE DEVELOPMENT OF A SCENIC
HIGHWAY ALONG THE EASTERN COAST OF THAILAND. ADVISORY COMMITTEE:
SUCHADA SAKOLKIJRUNGROJ, Ph.D., SEREE CHADCHAM, Ph.D. 160 P. 2016.

The objectives of this research were to conduct a multivariate analysis of variance of stakeholder satisfaction and confidence after the opening of a new scenic route along the eastern coast of Thailand. Categorical variables included gender, age level, occupation, and type of road user. In addition, the content analysis was conducted to consider the satisfaction and confidence in each group of type of road user. Data were collected from 880 people, including tourists, citizens, and entrepreneurs who had used the route. In addition, twenty - five key informants were recruited for interviews. Instruments included questionnaires about personal data, satisfaction, and confidence. Semi-structured interviews were used for collecting qualitative data. Data were analyzed using descriptive statistics and MANOVA.

The results were as follows:

1) With regard to satisfaction, there were no gender differences, and no differences by occupation. But age-level differences were found at the .05 level; those over 60 had higher scores than those between 31 – 45, and local stakeholders evidenced more satisfaction than entrepreneurs at the .05 level.

2) With regard to confidence, no gender differences were found. No differences were found by type of road user, nor were there differences by occupation. However, those aged below 31 indicated more confidence than those aged from 46 to 60, at the .05 level.

3) When interviewed, local stakeholders reported particular satisfaction with the design of the road and its rest stops, feeling that the new road was likely to increase tourism while saving travel time. Entrepreneurs were comfortable with the new route because it facilitated transportation and saved expenses. Tourists found the scenic route to be beautiful, smooth and well constructed.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ตอนที่ 1 ถอนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	62
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อ การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย.....	62
ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย.....	67
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนก ตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน.....	71
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกความพึงพอใจและ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ของประเทศไทย.....	94
5 สรุปและอภิปรายผล.....	108
สรุปผลการวิจัย.....	108
อภิปรายผลการวิจัย.....	110
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	113
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป.....	113
บรรณานุกรม.....	114
ภาคผนวก.....	119
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับคนในพื้นที่.....	120
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว.....	128
ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบ.....	136
ภาคผนวก ง แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	144
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS.....	147
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	160

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	9
2	16
3	25
4	38
5	72
6	73
7	75
8	76
9	76
10	77
11	77
12	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยว ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	79
14 การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	80
15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	80
16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	81
17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	82
18 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้วิธีของ Scheffe จำแนกตามอายุ.....	83
19 สรุปผลการเปรียบเทียบรายคู่ที่แตกต่างกันของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	83
20 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	84
21 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	86
22 การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	87
24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	87
25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	88
26 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน.....	89
27 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกประเภทผู้ใช้ถนน.....	90
28 การทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยว ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน.....	90
29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน.....	91
30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตาม ประเภทผู้ใช้ถนน.....	92
31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน.....	93
32 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้วิธีของ Scheffe จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
33	สรุปผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน..... 94
34	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาของความพึงพอใจ..... 95
35	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาของความเชื่อมั่น..... 99

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 แผนที่จุดเริ่มต้นบริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่เพื่อเดินทางสู่ถนนเฉลิมบูรพาชลทิต.....	18
3 แผนที่เดินทางจากบริเวณแยกบ้านกระเพรา.....	19
4 แผนที่เดินทางบริเวณจุดพักรถพังราด.....	20
5 แผนที่เดินทางบริเวณหาดคังวิมาน.....	21
6 แผนที่เดินทางบริเวณวงเวียนปลาพะยูนเล่นน้ำ.....	22
7 แผนที่เดินทางบริเวณหาดเจ้าหลาว.....	22
8 แผนที่เดินทางบริเวณปากน้ำแฉมหนู.....	23
9 แผนที่เดินทางจากสะพานเฉลิมพระเกียรติ (แฉมหนู).....	24
10 แผนที่เดินทางจากสะพานตากสินมหาราช.....	24
11 กระบวนการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้า.....	30
12 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า.....	41
13 แบบแผนการวิจัยในรูปแบบ Data – Validation Design.....	62
14 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ.....	63
15 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	68
16 รูปแบบตารางการวิเคราะห์เนื้อหา.....	69
17 หลักเกณฑ์การให้รหัสผู้ให้ข้อมูล.....	70

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมา มีการก่อสร้างถนนเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกในกลุ่มจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ไว้เป็นช่วง ๆ โดยหลายหน่วยงานด้วยกัน แต่ถนนเหล่านี้ยังมีปัญหาในด้านความต่อเนื่องและความสะดวกปลอดภัย การขาดแคลนเส้นทางคมนาคมเข้าถึงอย่างเหมาะสมนี้ ทำให้พื้นที่เลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกซึ่งมีความสวยงาม มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ กลับไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม การพัฒนาโครงข่ายถนนเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โดยมีทัศนียภาพสองข้างทางที่ร่มรื่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ประกอบกับการกำหนดมาตรการสำหรับการใช้ประโยชน์ ร่วมกันอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกในแหล่งต่าง ๆ ทั้งที่มีอยู่เดิมและแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมี การกระจายรายได้ลงสู่ประชาชนในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น โดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลประโยชน์ต่อเนื่องสู่การพัฒนาของประเทศโดยรวมอย่างยั่งยืนได้ส่วนหนึ่ง และยังสามารถใช้เป็นเส้นทางสำรองในยามจำเป็นเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินบนถนนสายหลักคือทางหลวง หมายเลข 3 (สุขุมวิท) ได้ (กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม, บริษัท เอ็ม เอ คอนซัลแตนท์ จำกัด, บริษัท วิซชากร จำกัด และ บริษัท พี ดีเวลลอปเมนต์ คอนซัลแตนท์ จำกัด., 2548, หน้า 1)

กรมทางหลวงชนบทได้ดำเนินการสำรวจ ออกแบบ และก่อสร้างถนนเลียบชายฝั่งทะเล ภาคตะวันออก ระยอง จันทบุรี ตราด หรือที่เรียกว่าถนนเฉลิมบูรพาชลทิต ถนนเส้นนี้สร้างขึ้นเพื่อ มุ่งเน้นและพัฒนาให้เป็นถนนสำหรับการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลระดับสากลอย่างยั่งยืน ส่งเสริมแหล่ง ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลแห่งใหม่ แบ่งเบาปริมาณจราจรในถนนสายหลักและได้ออกแบบให้มีความ ต่อเนื่อง สะดวก ปลอดภัย สวยงาม และมีองค์ประกอบอื่นที่เหมาะสมกับถนนเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ตกแต่งภูมิทัศน์ข้างทางให้สวยงามมีเส้นทางจักรยานและทางเท้า ซึ่งโครงการก่อสร้างดังกล่าวมี จุดเริ่มต้นที่แยกทางหลวงหมายเลข 3161 (สุขุมวิท-อ่าวไข่) บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง แนวถนนเลียบชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของจังหวัดระยอง ข้ามปากแม่น้ำพังราด เข้า สู่จังหวัดจันทบุรี ไปหาดคึกวิมาน อ่าวคู้กระเบน และปากแม่น้ำจันทบุรี สิ้นสุดโครงการเชื่อมทาง หลวงหมายเลข 3149 อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี เขตต่อเนื่องจังหวัดตราดรวมระยะทางประมาณ 114.4 กิโลเมตร ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 1,403 ล้านบาท (กรมทางหลวงชนบท, 2553, หน้า 4)

ถนนเฉลิมบูรพาชลทิตเป็นถนนที่เชื่อมต่อระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของ จังหวัดจันทบุรีตั้งแต่เหนือจรดใต้ ตลอดเส้นทางจะมีแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่น่าสนใจมากมาย อาทิ หาดเจ้าหลาว หาดแม่พิมพ์ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ อ่าวมะขามป้อม แหลมสน หาดแหลมสิงห์ หาด คู้งวิมาน จุดชมวิวนางพญา หมู่บ้านชาวประมงบ้านหัวแหลม ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้ง กระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ สะพานเดินศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนอ่าวคุ้งกระเบน พิพิธภัณฑสถานน้ำเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ หาดแหลมเสด็จ หาดเจ้าหลาว ปากน้ำแฉมหนู วัดตะกาดเจ้า อ่าวยาง อ่าวกระทิง ปากน้ำแหลมสิงห์ หาดแหลมสิงห์ ตึกแดง คุกกี้ไก่ ฟาร์มปลาโลมา โอเอซิสซีเวิลด์ และเกาะเปริด ซึ่งกรมทางหลวงชนบทได้ออกแบบและก่อสร้างจุดชมวิวจำนวน 21 แห่ง ตกแต่งภูมิทัศน์สวยงาม มีเส้นทางจักรยาน และจุดพักรถ 3 แห่ง พร้อมมองค์ประกอบที่เหมาะสม สำหรับถนนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องวิถีชีวิตชุมชนแต่ละพื้นที่ เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ในอนาคต ถือเป็นถนนเศรษฐกิจสายหนึ่งที่จะทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดมากขึ้น เอื้อประโยชน์โดยตรงต่อชุมชนในท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าต่อทรัพยากรที่มีอยู่เดิม เพิ่มรายได้การท่องเที่ยว ของประเทศ เป็นการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลให้มีความสะดวก ปลอดภัย สวยงาม เข้าสู่ มาตรฐานถนนท่องเที่ยวระดับสากลอย่างยั่งยืนสืบไป นอกจากนี้ ยังเป็นทางเลือกในการเดินทางเพื่อ แบ่งเบาปริมาณการจราจรในถนนสายหลัก โดยเฉพาะถนนสุขุมวิทที่มีปริมาณการจราจรค่อนข้าง หนาแน่นอีกด้วย (กรมทางหลวงชนบท, ม.ป.ป., หน้า 10 - 11)

ปัจจุบันโครงการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิตได้ก่อสร้างแล้วเสร็จตามแผนในเขตจังหวัด ระยองและจังหวัดจันทบุรี คิดเป็นระยะทาง 102.343 กิโลเมตร โดยยังเหลือระยะทางอีก 12.057 กิโลเมตร ซึ่งตามแผนจะต้องก่อสร้างภายในเขตจังหวัดตราด แต่เนื่องจากได้รับการทักท้วงจาก ผู้ประกอบธุรกิจภายในเขตจังหวัดตราดเมื่อครั้งที่มีการสำรวจการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ประกอบกับพื้นที่ก่อสร้างอยู่บริเวณป่าชายเลนและเขตอนุรักษ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึง ทำให้ยังไม่มีมีการก่อสร้างระยะทางที่เหลือ อย่างไรก็ตามโครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่มีความสำคัญ ต่อระบบเศรษฐกิจ ทั้งในด้านการท่องเที่ยวและการขนส่งสินค้าจากแหล่งวัตถุดิบในเขตภาค ตะวันออก จึงสมควรให้มีการประเมินผลกระทบการปฏิบัติการกิจการภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์การ พัฒนาด้านเศรษฐกิจ ดังที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนด แนวทางการประเมินผลกระทบการปฏิบัติการกิจการภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ โดยแนวทางการประเมินผลกระทบการปฏิบัติการกิจการภาครัฐ ระบุว่าส่วนราชการต้องประเมินผลการ ปฏิบัติราชการเพื่อแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ของงาน ว่าตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ คุณภาพและ ความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ โดยวัดจากผลผลิตและผลลัพธ์ รวมทั้งการสำรวจความ พึงพอใจของผู้รับบริการและความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรกับประโยชน์ที่ได้รับ จากนั้นให้ส่วน ราชการนำผลการศึกษาหรือผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงและนำไปขยายผลการกิจที่จะเกิดขึ้นใน

อนาคตต่อไป (สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัย และวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558, หน้า 1-2)

ดังนั้นในการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิต จึงได้มีการสำรวจข้อมูลความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน ซึ่งดำเนินการโดยสำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม ร่วมกับวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยครั้งนั้น การวิจัยนี้มีการสำรวจความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเล จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด แล้วแต่ยังไม่ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบในเชิงลึก ผู้วิจัยจึงสนใจนำข้อมูลทฤษฎีที่ได้จากโครงการดังกล่าวมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างด้านความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน เนื่องจากความแตกต่างดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนที่แตกต่างกัน

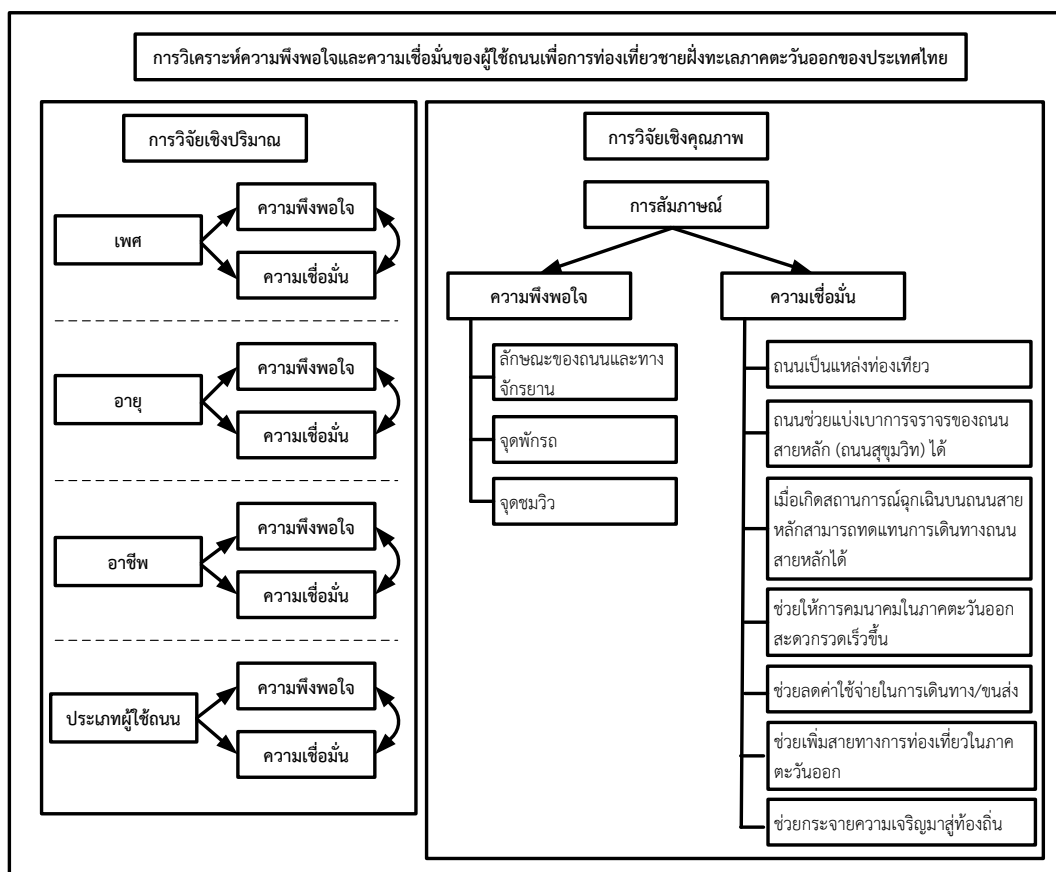
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ
2. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ
3. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ
4. เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน
5. เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน ซึ่งผู้ใช้ถนนที่มีความแตกต่างดังกล่าวอาจมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่น

แตกต่างกัน นอกจากนี้ได้วิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบภาพรวมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลเหล่านี้มาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 - 4 ดังนี้

1. ผู้ใช้ถนนที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้ถนนที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

3. ผู้ใช้ถนนที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

4. ประเภทผู้ใช้ถนนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ทำให้ทราบว่าบุคคลที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อระดับความความพึงพอใจและความเชื่อมั่นแตกต่างกัน ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการวางนโยบาย และแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นที่ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เช่น จัดโครงการส่งเสริมความพึงพอใจและความเชื่อมั่นโดยเลือกรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุแตกต่างกัน

2. ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ทำให้ทราบภาพรวมความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนในด้านต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้วางแผนทางการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น เช่น ผลการวิเคราะห์เนื้อหาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้เส้นทางจักรยาน ปรากฏว่า ผู้ใช้มีความกังวลและรู้สึกไม่ปลอดภัย เนื่องจากผู้ใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ขับขึ้นด้วยความเร็ว จอดขวางเส้นทางจักรยาน โดยไม่เห็นความสำคัญของเส้นทางจักรยาน จึงควรหาแนวทางในการสร้างความรู้และความเข้าใจของผู้ใช้รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เพื่อให้ผู้ใช้ถนนมีความระมัดระวังในการขับขี่มากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ ที่ใช้บริการถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2557- 19 ตุลาคม 2558

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ตัวแปรต้นเป็นลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้ถนน มี 4 ตัวแปร ได้แก่

2.1.1 เพศ จำแนกเป็น 1) เพศชาย และ 2) เพศหญิง

2.1.2 อายุ จำแนกเป็น 1) ต่ำกว่า 31 ปี 2) 31-45 ปี 3) 46-60 ปี และ 4) มากกว่า

60 ปีขึ้นไป

2.1.3 อาชีพจำแนกเป็น 1) อาชีพเกษตรกร 2) อาชีพรับจ้างทั่วไป 3) พนักงานบริษัท 4) นักเรียน/ นักศึกษา 5) ประกอบธุรกิจ/ ค้าขาย 6) แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุราชการ และ 7) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น

2.1.4 ประเภทผู้ใช้ถนนจำแนกเป็น 1) คนในพื้นที่ 2) นักท่องเที่ยว และ 3) ผู้ประกอบการ

2.2 ตัวแปรตาม

2.2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนน

2.2.2 ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย (Scenic Route Along the Eastern Coast of Thailand) หมายถึง ถนนเฉลิมบูรพาชลทิต เป็นถนนเลียบชายหาดทะเลเมืองจันทบุรี ที่ถูกขนานนามว่า “เส้นทางชมวิวยที่สวยงาม” เป็นถนนที่จัดสร้างโดยกรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม เป็นถนนที่มีทัศนียภาพและวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่นตลอดเส้นทางจะมีแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่น่าสนใจ ทั้งทะเล วิถีชีวิตชุมชน และสวนผลไม้ ถนนนี้มีระยะทางทั้งสิ้น 114.4 กิโลเมตร แต่ในปัจจุบันถนนสายนี้สร้างแล้วเสร็จเพียงในเขตจังหวัดระยอง และจังหวัดจันทบุรีรวมระยะทาง 102.343 กิโลเมตรเท่านั้น โดยมีจุดเริ่มต้นของถนนอยู่ที่บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง และปัจจุบันสิ้นสุดที่เขตอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี

ความพึงพอใจ (Satisfactions) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคล ที่รู้สึกพอใจ ถูกใจ ชอบใจ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหากสิ่งที่ต้องการเป็นไปตามความคาดหวัง บุคคลนั้นก็จะรู้สึกพึงพอใจ โดยการวิจัยนี้ประเมินความพึงพอใจโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อสอบถามความรู้สึกของผู้ใช้ถนนที่มีต่อลักษณะของถนน จุดพักรถ และจุดชมวิ

ความเชื่อมั่น (Confidence) หมายถึง ความมั่นใจ ความแน่ใจ ความไว้วางใจ ความเชื่อใจ ความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการวิจัยนี้ประเมินความเชื่อมั่นโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อสอบถามความรู้สึกของผู้ใช้ถนนที่มีต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

เพศ (Gender) หมายถึง ลักษณะทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยเพศจำแนกเป็นเพศชายและเพศหญิง

อายุ (Age) หมายถึง ลักษณะทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยอายุจำแนกเป็น 4 ช่วง ได้แก่ 1) ต่ำกว่า 31 ปี 2) ช่วงอายุระหว่าง 31 – 45 ปี 3) ช่วงอายุระหว่าง 46 – 60 ปี และ 4) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

อาชีพ (Occupation) หมายถึง ลักษณะทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยอาชีพจำแนกเป็น 1) เกษตรกร 2) รับจ้างทั่วไป 3) พนักงานบริษัท 4) นักเรียน/ นักศึกษา 5) ประกอบธุรกิจ/ ค้าขาย 6) แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุราชการ และ 7) ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น

ประเภทผู้ใช้ถนน (Types of Road Users) หมายถึง กลุ่มของบุคคลผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยซึ่งจำแนกเป็น 1) คนในพื้นที่ 2) นักท่องเที่ยว และ 3) ผู้ประกอบการ

ผู้ใช้ถนน (Road Users) หมายถึง บุคคลที่ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อสัญจรไปมา ท่องเที่ยว หรือเพื่อการดำเนินธุรกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ซึ่งในการศึกษานี้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย (เฉลิมบูรพาชลทิต)

ความเป็นมาของโครงการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิต (สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558, หน้า 47-48)

ถนนเฉลิมบูรพาชลทิตดำเนินการก่อสร้างตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2547 ระยะทางทั้งสิ้น 114.4 กิโลเมตร ปัจจุบันก่อสร้างตามแผนในเขตจังหวัดระยองและจันทบุรีแล้วเสร็จ คิดเป็นระยะทางทั้งสิ้น 102.343 กิโลเมตร โดยยังเหลือระยะทางอีก 12.057 กิโลเมตร ซึ่งตามแผนจะต้องก่อสร้างภายในเขตจังหวัดตราด แต่เนื่องจากได้รับการทักท้วงจากผู้ประกอบการธุรกิจในเขตจังหวัดตราดเมื่อครั้งที่มีการสำรวจการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ประกอบกับพื้นที่ก่อสร้างอยู่บริเวณป่าชายเลนและเขตอนุรักษ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ยังไม่มี การก่อสร้างระยะทางที่เหลือ

ลักษณะของถนน เป็นถนนผิวจราจรแอสฟัลติกคอนกรีต ขนาด 2 ช่องจราจร ผิวจราจรกว้าง 6.00 – 12.00 เมตร ทางเท้าขนาด 2.50 เมตร (ภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว) ทางจักรยาน ผิวจราจรแอสฟัลติกคอนกรีตสีแดง กว้าง 1.50 – 3.50 เมตร ก่อสร้างระบบระบายน้ำ สะพาน ท่อลอดเหลี่ยม และท่อระบายน้ำข้างทางพร้อมบ่อพัก ติดตั้งระบบไฟฟ้าแสงสว่างของถนน โคมไฟ

ระดับตามแนวทางเดินเท้าและทางจักรยาน ปรับแต่งภูมิทัศน์ด้านงานประติมากรรมทองเหลือง
ปลูกไม้ยืนต้นและไม้ดอกไม้ประดับ พร้อมทั้งจัดให้มีจุดอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับถนน
เพื่อการท่องเที่ยว เช่น จุดพักรถ จุดชมวิว จุดแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
สำหรับงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – 2556 จำนวนทั้งสิ้น
1,325.97 ล้านบาท และงบประมาณค่าบำรุงรักษาดูแล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – 2558 จำนวน 42.04
ล้านบาท รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 งบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้าง และงบประมาณค่าบำรุงรักษาดูแล

ปี พ.ศ.	ระยะทาง (กิโลเมตร)	งบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้าง (ล้านบาท)	ค่าบำรุงรักษา (ล้านบาท)
2549	3.6	99.87	0
2550	11.9	182.35	0
2551	22.7	215.09	0
2552	34.3	325.69	0
2553	23.5	223.57	0
2554	6.9	78.01	4.27
2555	2.8	96.50	12.42
2556	8.7	104.89	7.62
2557	0	0	10.48
2558	0	0	7.25
รวม	114.4	1,325.97	42.04

ถนนเฉลิมบูรพาชลทิศถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาให้เป็นถนนสำหรับการ
ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลระดับสากลอย่างยั่งยืน ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลแห่งใหม่ แบ่งเบา
ปริมาณจราจรในถนนสายหลัก และใช้เป็นถนนสำหรับรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินทดแทนถนนสายหลัก

ถนนเฉลิมบูรพาชลทิศเป็นถนนที่ถูกขนานนามว่า Scenic Route หรือเส้นทางชมทิวทัศน์
ซึ่งกรมทางหลวงชนบท (2552, หน้า 1-8) ได้กล่าวถึง เส้นทางชมทิวทัศน์ (Scenic Route) ดังนี้

1. ความหมายของเส้นทางชมทิวทัศน์

เส้นทางชมทิวทัศน์ หมายถึง เส้นทางที่ผู้คนสามารถสัญจรไปพร้อมกับการได้ชื่นชมความ
สวยงามของธรรมชาติ หรือ ความเฉพาะตัวของวัฒนธรรม หรือ ระลึกถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มี

โอกาสได้ซาบซึ้งและได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีคุณค่าที่ต้องรักษาไว้ ทั้งทิวทัศน์ คุณค่าด้านโบราณคดี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ นันทนาการ และทัศนียภาพ เส้นทางชมทิวทัศน์เป็นเส้นทางที่มีความพิเศษ สวยงาม อาจเป็นจุดหมายปลายทางในตัวเอง กล่าวคือ ถือว่าการเดินทางระหว่างเส้นทางนั้นเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนไปในตัวระหว่างการเดินทาง หรืออาจใช้เป็นเส้นทางผ่านเข้าถึงจุดท่องเที่ยวที่มีคุณค่าอื่น ๆ ด้วย

คำที่มีความหมายใกล้เคียงกันในเรื่องเส้นทางที่เกี่ยวข้องกับการชมทิวทัศน์และการท่องเที่ยว ที่ใช้กันในประเทศต่าง ๆ ได้แก่ Scenic Route, Parkway Route และ Tourist Route ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังนี้

Scenic Route หมายถึง ถนนที่มีทิวทัศน์สวยงาม สองข้างทางมีองค์ประกอบทางธรรมชาติที่มีความพิเศษ ซึ่งอาจเป็นความพิเศษทางโบราณคดี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ นันทนาการ และทัศนียภาพ กำหนดขึ้นเพื่อการพักผ่อน และ เพื่อรักษาสภาพพื้นที่ที่มีคุณค่าเหล่านี้

Parkway Route หมายถึง เส้นทางกว้างที่มีต้นไม้สองข้างทาง มักใช้ในบรรยากาศของความสวยงาม และการพักผ่อน และ มักจำกัดไม่ให้รถขนาดใหญ่ใช้สัญจร

Tourist Route หมายถึง เส้นทางที่ออกแบบหรือพัฒนาขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปในจุดท่องเที่ยว หรือสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาจเป็นเส้นทางที่เข้าไปสู่พื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ธรรมชาติ หรือ พื้นที่ประวัติศาสตร์ ทำขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวก

คำว่า Scenic ยังใช้ประกอบกับคำที่หมายความถึง “ถนน” หลายคำ ได้แก่ Highway, Drive, Byway, Road, Route, Parkway ประกอบกันเข้าเป็น Scenic Highway, Scenic Drive, Scenic Byway, Scenic Road, Scenic Route, Scenic Parkway คำต่าง ๆ ที่กล่าวมา มีความแตกต่างกันที่ขนาดและความสำคัญ Highway หมายถึง ถนนสำคัญ ทางสายใหญ่ ในขณะที่ Drive และ Byway เป็นถนนสายรอง Road และ Route หมายความโดยรวมถึงถนนทั่ว ๆ ไป ส่วน Parkway หมายถึง ถนนที่มีเขตทางกว้างเป็นบริเวณปลูกต้นไม้

ดังนั้น เส้นทางชมทิวทัศน์ในความหมายนี้จึงครอบคลุมถึงถนนทุกขนาด ทุกระดับ ความสำคัญที่ผ่านไปในพื้นที่ที่มีคุณค่าเชิงทิวทัศน์ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม และ นันทนาการ โดยมุ่งไปที่ความรื่นรมย์ในการสัญจรมากกว่าความรวดเร็วในการสัญจร และการพัฒนาถนนประเภทนี้ยังมุ่งไปที่การสงวนรักษาคุณค่าของทิวทัศน์สองข้างทางด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวถึงพื้นที่อีกประเภทหนึ่ง คือ ทางสีเขียว หรือ กรีนเวย์ (Greenway) ซึ่งหมายถึงเส้นทางเดินหรือทางจักรยานที่เชื่อมต่อพื้นที่บางพื้นที่ภายในเมืองหรือชานเมือง เน้นบรรยากาศของการพักผ่อนหรือความรื่นรมย์ มักมีการวางแผนรวมไปกับการพัฒนาเมืองหรือพัฒนาชุมชน ยกตัวอย่างเช่นประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งที่มีระบบกรีนเวย์ที่มีความ

ชัดเจน โดยนักออกแบบเมืองของสิงคโปร์ใช้คำว่า ทางเชื่อมสีเขียว (Green Connector) บางครั้ง กรีนเวย์อาจไม่ใช่เป็นเพียงทางเท้าหรือทางจักรยานก็ได้ อาจเป็นเส้นทางสัญจรโดยพาหนะที่ใช้ความเร็วต่ำ ทั้งนี้ คำว่า Green ในที่นี้ อาจไม่ได้หมายถึงเส้นทางที่แวดล้อมไปด้วยพันธุ์พืชเสมอไป แต่รวมหมายถึงเส้นทางที่ผ่านลานเมือง หรือผ่านเข้าไปในย่านการค้าซึ่งออกแบบให้มีบรรยากาศเชิง นันทนาการด้วย

2. ประโยชน์ของเส้นทางชมทิวทัศน์

เส้นทางชมทิวทัศน์ เป็นเส้นทางที่ผ่านไปในพื้นที่ที่มีคุณค่า และมุ่งเน้นประสบการณ์ การเดินทางที่มีความรื่นรมย์ ประกอบกับเป็นการขับรถหรือสัญจรด้วยพาหนะอื่น ๆ เพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งได้กลายเป็นกิจกรรมยามว่างที่เป็นที่นิยม ประโยชน์ของเส้นทางชมทิวทัศน์สามารถจำแนกได้ ดังนี้

- 1) ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว
- 2) ประโยชน์ด้านนันทนาการ
- 3) ประโยชน์ด้านการเรียนรู้
- 4) ประโยชน์ด้านการสร้างความตระหนักรู้และการมีจิตสำนึก
- 5) ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์
- 6) ประโยชน์ด้านส่งเสริมการมีส่วนร่วม

3. องค์ประกอบของเส้นทางชมทิวทัศน์

จากการที่เส้นทางชมทิวทัศน์มุ่งเน้นที่ความรื่นรมย์ระหว่างเดินทาง เส้นทางชมทิวทัศน์ จึงมิได้มีขอบเขตและองค์ประกอบอยู่เพียงที่ตัวถนนเหล่านั้น แต่ประกอบด้วยหลายสิ่งหลายอย่าง ประกอบกันจึงจะมีความเป็น “เส้นทางชมทิวทัศน์” ที่สมบูรณ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ต้องคำนึงถึง ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ทัศนียภาพ และผลกระทบทางสายตามากกว่าเส้นทางทั่วไป องค์ประกอบของเส้นทางชมทิวทัศน์ ประกอบด้วยองค์ประกอบในแนวถนน (Roadway) และ องค์ประกอบสองข้างทาง (Roadside) ดังนี้

3.1 องค์ประกอบในแนวถนน

องค์ประกอบของความเป็นเส้นทางชมทิวทัศน์ในแนวถนนประกอบด้วย

3.1.1 ตัวถนน ได้แก่ ผิวจราจร (Surface) และแนวเส้นทาง (Alignment) ซึ่งอาจ เป็นเส้นตรงหรือคดเคี้ยวเลาะเลี้ยวไปตามสภาพภูมิประเทศ ตัวถนนมี 2 ระนาบ คือ ระนาบราบ (Horizontal Plane) และระนาบตั้ง (Vertical Plane)

3.1.2 สะพานและอุโมงค์ ได้แก่ สิ่งก่อสร้างเพื่อการเปลี่ยนระนาบการสัญจร ทั้ง ในลักษณะยกขึ้นสูงและกุดลงต่ำ

3.1.3 เกาะกลาง ได้แก่ พื้นที่ที่คั่นระหว่างทางที่มีการจราจรสวนกัน ใช้จัดระยะ

เพื่อความปลอดภัยและเป็นที่รือเลี้ยว หรือกลับรถ

3.1.4 ทางข้าม ได้แก่ การทำทางสำหรับการสัญจรตัดข้ามเส้นทาง เช่น ทางข้ามของรถ ทางข้ามของคน ทางข้ามของจักรยาน ทางข้ามของสัตว์ เป็นต้น ซึ่งทางข้ามนี้อาจเป็นลักษณะทางข้ามที่ระนาบบน ระนาบถนน หรือเป็นอุโมงค์ลอดใต้ถนน เป็นต้น

3.1.5 อุปกรณ์กำกับเพื่อความปลอดภัย ได้แก่ ส่วนประกอบที่เสริมเข้าไปในแนวถนนเพื่อเพิ่มความปลอดภัย เพื่อลดอุบัติเหตุ หรือลดความรุนแรงของอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น อุปกรณ์กำกับเพื่อความปลอดภัยเหล่านี้ เช่น ราวป้องกัน (Guardrail) แผงกันชน (Crash Barrier) หลักนำทาง (Guide Post) เป้าสะท้อนแสง (Reflectors)

3.1.6 อุปกรณ์ควบคุมการจราจร ได้แก่ ส่วนประกอบเพื่อใช้ในการควบคุมการสัญจรเพื่อไม่ให้เกิดการปะทะของพาหนะต่างทิศทาง แจ้งเตือนกฎระเบียบ หรือบอกทิศทางในการสัญจร เช่น ป้ายเครื่องหมาย สัญญาณเตือนต่าง ๆ

3.1.7 ไฟแสงสว่าง ได้แก่ อุปกรณ์ให้แสงสว่างในยามค่ำคืน เช่น ไฟแสงสว่าง ไฟส่องป้าย

3.2 องค์ประกอบสองข้างทาง

องค์ประกอบสองข้างทาง หมายถึง สิ่งปรากฏในลานสายตา (Visual Field หรือ Field of View) ของผู้สัญจรในเส้นทางหรือในพื้นที่สองข้างทางของเส้นทางชมทิวทัศน์ นับรวมถึงพื้นที่ตั้งแต่ไหล่ถนนออกไปครอบคลุมพื้นที่ที่มองเห็นได้จากถนนทั้งหมด และอาจรวมไปถึงพื้นที่กิจกรรมที่เข้าถึงได้จากเส้นทางชมทิวทัศน์นั้น ๆ ได้แก่

3.2.1 องค์ประกอบเพื่อให้บริการต่อผู้สัญจร ประกอบด้วย จุดชมทิวทัศน์ จุดพักรถ จุดบริการข้อมูล จุดขายสินค้าท้องถิ่น ร้านค้าท้องถิ่น

3.2.2 องค์ประกอบเพื่อให้บริการชุมชน ประกอบด้วย ศาลาพักผ่อน ที่จอดรถประจำทาง

3.2.3 องค์ประกอบเพื่อการบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย กำแพงกันดิน กำแพงกันเสียง

3.2.4 องค์ประกอบเพื่อเสริมคุณค่า ประกอบด้วย ภูมิสัญลักษณ์ หรือสิ่งหมายตา (Landmark) การสื่อความ (Interpretation) ป้ายสัญลักษณ์

3.2.5 องค์ประกอบเพื่อนันทนาการ ประกอบด้วย ทางเดิน ทางจักรยานชมทิวทัศน์ การจัดกิจกรรมในแหล่งน้ำ ริมน้ำ และที่พัก

4. เนื้อหาคุณค่าของเส้นทางชมทิวทัศน์

คุณสมบัติที่สำคัญของเส้นทางชมทิวทัศน์ คือ ความเป็นเส้นทางที่มีคุณค่าพิเศษ เนื้อหาคุณค่า (Intrinsic Quality) ของเส้นทางชมทิวทัศน์ เป็นการพิจารณาเนื้อหาของสภาพแวดล้อม

สภาพภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์ที่เส้นทางนั้นผ่านไป โดยเนื้อหานั้น ๆ มีคุณค่าที่ทำให้เกิดความประทับใจสมควรแก่การจดจำและระลึกถึง เป็นประสบการณ์ในการเดินทางที่รื่นรมย์แก่ผู้สัญจร เนื้อหาคุณค่าของเส้นทางชมทิวทัศน์สามารถแบ่งได้เป็น 6 ชนิด ตามการจำแนกของ Federal Highway Administration ประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนี้

4.1 คุณค่าเชิงทิวทัศน์ (Scenic Quality)

คุณลักษณะที่ดีในด้านองค์ประกอบของภาพรวมที่ปรากฏแก่สายตา คุณลักษณะที่ดีดังกล่าว ทำให้เกิดความพอใจ (Preference) ต่อภาพที่ได้เห็น โดยทั่วไปแล้วมนุษย์มักจะมีคามพึงพอใจในทิวทัศน์ที่เกิดจากองค์ประกอบธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่มีความกลมกลืนกัน สภาพภูมิทัศน์ที่โดดเด่นแปลกตา ทิวทัศน์ลักษณะนี้มักจะสร้างความพึงพอใจ สร้างประสบการณ์ทางสายตาที่ดี เกิดความประทับใจ เช่น ป่าไม้ กลุ่มหรือแนวต้นไม้ใหญ่ ภูเขา ทะเลสาบ อ่างเก็บน้ำ นาข้าว สวนผลไม้ พุ่มดอกไม้ หมู่บ้าน เมือง เป็นต้น เนื่องจากคุณลักษณะเชิงทิวทัศน์เป็นเรื่องของความพอใจ (Preference) ดังที่ได้กล่าวแล้ว ดังนั้น จึงมิได้หมายถึง ความสวย (Beauty) แต่เพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงความรู้สึกที่ได้จากภาพนั้น ๆ ความพอใจ ความรู้สึกในทางที่ดีที่เรียกรวม ๆ ว่า ความสุนทรีย์ทางทัศนียภาพ (Aesthetics) หรือบางที่อาจเรียกว่า ความงาม (Nice) ซึ่งต่างกับความสวย (Beauty)

4.2 คุณค่าเชิงธรรมชาติ (Natural Quality)

คุณลักษณะของทิวทัศน์สองข้างทางที่มีสภาพเป็นธรรมชาติ ยังคงคุณค่าของการสร้างสรรค์โดยธรรมชาติ และถูกรบกวนน้อยจากมนุษย์ เช่น ชายฝั่งทะเล ชายหาด อ่าว แม่น้ำ คลอง ทะเลสาบ หนองน้ำ บึง พื้นที่ชุ่มน้ำ ป่าไม้ ป่าชายเลน ป่าพรุ ต้นไม้ใหญ่ แหล่งอาศัยของสัตว์ป่า พื้นที่พิเศษทางธรณีวิทยา ภูเขา ภูเขาไฟ เนินเขา หุบเขา ทะเลทราย ก้อนหิน พุ่มหญ้า พุ่มดอกไม้ป่า เป็นต้น

4.3 คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ (Historic Quality)

คุณลักษณะของทิวทัศน์ที่มีเรื่องราวในอดีตปรากฏอยู่ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการระลึกถึงและซาบซึ้งกับอดีต องค์ประกอบนั้นอาจสะท้อนไปถึงเหตุการณ์หรือบุคคลสำคัญ รวมถึงสิ่งก่อสร้างเก่า แหล่งการตั้งถิ่นฐาน เมืองเก่า ชุมชนโบราณ อุทยานประวัติศาสตร์ สถานที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์สำคัญ เป็นต้น

4.4 คุณค่าเชิงวัฒนธรรม (Cultural Quality)

คุณลักษณะของทิวทัศน์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของกลุ่มชน ชุมชน เช่น การเลี้ยงวัว การทำนา การทำนาเกลือ งานอดิเรกหัตถกรรม อาหาร ดนตรี เทศกาล การละเล่น ศิลปะพื้นบ้าน หมู่บ้าน อาคาร บ้านเรือน สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น พื้นที่เกษตรกรรม เครื่องนุ่งห่ม พิธีกรรม ภาษา เหตุการณ์สำคัญ ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น สิ่งปรากฏต่อสายตาเหล่านี้ทำให้ผู้สัญจร

เกิดความรู้สึกรับรู้ถึงความแตกต่าง ความหลากหลาย สามารถทำความเข้าใจกับวิถีชีวิตชุมชนเหล่านั้นได้ อาจเกิดคำถาม ความพิศวง บางครั้งเราเรียกข้อพิศวง คำถามและประเด็นที่ได้จากการมองเห็นว่าการอ่านภูมิทัศน์ (Reading the Landscape)

4.5 คุณค่าเชิงโบราณคดี (Archaeological Quality)

คุณลักษณะของทิวทัศน์ที่สื่อถึงความเป็นแหล่งค้นพบอารยธรรมในอดีตยุคประวัติศาสตร์หรือยุคก่อนประวัติศาสตร์ เช่น แหล่งค้นพบโครงกระดูกมนุษย์ยุคโบราณ แหล่งค้นพบโครงกระดูกไดโนเสาร์ ภาพเขียนในถ้ำ แหล่งค้นพบเครื่องมือเครื่องใช้โบราณ แหล่งโบราณคดีต่าง ๆ เป็นต้น

4.6 คุณค่าเชิงนันทนาการ (Recreational Quality)

คุณลักษณะที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่ต้องเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภูมิทัศน์ เช่น พายเรือ ตกปลา ล่องแก่ง เป็นต้น โดยกิจกรรมอาจมีขึ้นเฉพาะช่วงฤดูกาลได้ แต่ต้องเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งคุณค่าเชิงนันทนาการนี้รวมความไปถึงพื้นที่ที่เอื้อต่อการเกิดกิจกรรมประเภทเดินชมทิวทัศน์ ซี่งักเรียน ล่องเรือ ปิกนิก ดูนก ดูผีเสื้อ เป็นจุดแวะบริเวณสองข้างทาง เป็นต้น

5. อดีต ปัจจุบัน และอนาคต ของเส้นทางชมทิวทัศน์

เส้นทางชมทิวทัศน์ เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำเส้นทางสัญจรโดยพาหนะ ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานทางหลวงของแต่ละประเทศ แนวคิดโดยรวมของการจัดการทางหลวงตั้งแต่ยุคเริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน มีวิวัฒนาการเชิงแนวคิดที่อาจแยกได้เป็น 3 ยุค คือ 1) ยุคเน้นงานวิศวกรรมทาง 2) ยุคคำนึงถึงความสวยงาม และ 3) ยุคคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

พัฒนาการในการสร้างทางหลวงระยะแรกเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุด โดยที่ยังไม่มีการพิจารณาเรื่องความสวยงาม มุ่งไปที่การรองรับการคมนาคมขนส่ง เน้นประสิทธิภาพ ความสะดวก ความรวดเร็ว และความปลอดภัยในเชิงวิศวกรรม ถัดมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 17 เป็นช่วงแห่งการเริ่มมองเห็นทางหลวงว่าเป็นส่วนหนึ่งของทัศนียภาพควรมีความสวยงามเช่นเดียวกับการพัฒนาพื้นที่สาธารณะอื่น ๆ ทำให้เกิดแนวคิดภูมิทัศน์เชิงความงามสำหรับทางหลวง จึงเริ่มมีการให้ความสำคัญในการออกแบบจัดการภูมิทัศน์ทางหลวงที่คำนึงถึงคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยรอบ และเริ่มใช้หลักการด้านสุนทรียภาพในยุคคลาสสิกมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ในช่วงศตวรรษที่ 20 การพัฒนาภูมิทัศน์ทางหลวงได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสวยงาม ความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมไปพร้อม ๆ กับงานด้านวิศวกรรม เริ่มให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการทำงานระหว่างวิศวกร และภูมิสถาปนิก ในการจัดทำเส้นทางชมทิวทัศน์ที่มุ่งเน้นไปที่ความรื่นรมย์ในการสัญจรมากกว่าความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว และการพัฒนาถนนประเภทนี้ยังมุ่งเสริมสร้างความเข้าใจในคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม และธรรมชาติของ

เส้นทาง ถือเป็นประเด็นสำคัญในโครงการศึกษาแนวทางประเมินคุณค่าความสำคัญของทรัพยากรที่จะเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผู้คนได้ซาบซึ้งและตระหนักในการสงวนรักษาคุณค่าของทิวทัศน์สองข้างทาง ต่อมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 แนวคิดที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจึงเริ่มปรากฏขึ้น เนื่องจากเกิดปัญหาจากการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเกิดกระแสฟื้นฟูและสงวนรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อม ๆ ไปด้วยกับแนวคิดในการพัฒนาอย่างยั่งยืน การทำงานเกี่ยวกับทางหลวงจึงมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มแนวคิดที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ให้ความสำคัญกับการวางแผนและออกแบบ มีการคำนึงถึงผลกระทบหลายด้านที่เกิดจากการสร้างทาง คำนึงถึงการปกป้องและส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ตลอดจนคำนึงถึงการสงวนรักษาทรัพยากร รวมถึงการที่จะต้องทำงานภายใต้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้สาธารณชนรับทราบและให้ความคิดเห็นก่อนที่จะลงมือดำเนินการจริง งานจัดทำทางหลวงจึงต้องเพิ่มกระบวนการด้านการมีส่วนร่วมและด้านการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ในงานภูมิทัศน์ทางหลวงนั้น เรื่องของ “นิเวศวิทยาถนน” (Road Ecology) เป็นวิทยาการใหม่ที่แตกแขนงมาจากวิทยาการด้านภูมินิเวศวิทยา (Landscape Ecology) และระบบนิเวศวิทยา (Ecosystem) เป็นวิทยาการที่ตระหนักต่อผลกระทบทางลบของถนนที่มีต่อธรรมชาติ ผู้ที่ศึกษาในวิทยาการด้านนี้จะมุ่งทำความเข้าใจในประเด็นต่อไปนี้

- 1) กระบวนการในระบบนิเวศจะถูกรบกวน หรือทำให้ขาดความต่อเนื่อง โดยตัวถนนเองและจากยานพาหนะที่ใช้ถนนนั้นอย่างไร
- 2) พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของระบบนิเวศจะเสียความต่อเนื่องในลักษณะใด
- 3) ประชากรและวิวัฒนาการของพืชและสัตว์ที่ได้รับผลกระทบเนื่องจากการขาดความต่อเนื่องจะเป็นอย่างไร
- 4) ยานพาหนะและมลพิษหรือมลภาวะมีผลกระทบต่ออัตราการตาย หรือมีส่วนในการรบกวนหรือหยุดยั้งการแพร่พันธุ์ของพืชและสัตว์อย่างไร

เส้นทางชมทิวทัศน์เป็นงานที่แตกแขนงออกมาจากการจัดสร้างทางหลวงทั่วไป โดยเน้นไปที่การจัดการสิ่งแวดล้อมสองข้างทางแบบมีส่วนร่วม เป็นงานเชิงการพัฒนาถนนร่วมกับการพัฒนาชุมชน เป็นการขยายการใช้ประโยชน์ถนนจากเดิมที่เน้นเพื่อการคมนาคมขนส่ง โดยจะมีประโยชน์ในด้านการพักผ่อนนันทนาการ และการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อเนื่องถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วย นอกจากนี้การพัฒนาเส้นทางชมทิวทัศน์ ยังสามารถส่งเสริมให้เกิดการจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้คือคุณค่าและเนื้อหาหลักของเส้นทาง ซึ่งในแต่ละเส้นทางก็จะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ต้องอาศัยหลักการพัฒนาแบบองค์รวม เนื่องจากทรัพยากรทิวทัศน์จะเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย โดยเน้นชุมชนให้เป็นศูนย์กลางในการจัดการเส้นทาง

สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในแนวถนนเฉลิมบูรพาชลทิตในเขตพื้นที่จังหวัดระยองและจังหวัด
จันทบุรี มีจำนวน 40 แห่ง แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในแนวถนนเฉลิมบูรพาชลทิตในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง และจังหวัด
จันทบุรี

ลำดับที่	แหล่งท่องเที่ยว	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
1	อนุสาวรีย์สุนทรภู่	สุนทรภู่	แกลง	ระยอง
2	ท่าเรือมะขามป้อม	สุนทรภู่	แกลง	ระยอง
3	แหลมแม่พิมพ์	สุนทรภู่	แกลง	ระยอง
4	อ่าวไข่	สุนทรภู่	แกลง	ระยอง
5	วัดสมมุติเทพฐาปนาราม	ปากน้ำประแส	แกลง	ระยอง
6	หาดแหลมสน	ปากน้ำประแส	แกลง	ระยอง
7	อนุสรณ์เรือรบหลวงประแส	ปากน้ำประแส	แกลง	ระยอง
8	สะพานเดินชมธรรมชาติบ้านแสมผู้	ปากน้ำประแส	แกลง	ระยอง
9	ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์	ปากน้ำประแส	แกลง	ระยอง
10	จุดพักรถพังราด	พังราด	แกลง	ระยอง
11	ปากน้ำกระแจะ	กระแจะ	นายายอาม	จันทบุรี
12	พิพิธภัณฑสถานปู	กระแจะ	นายายอาม	จันทบุรี
13	จุดพักรถสนามไชย	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
14	จุดชมวิวหินโค้ง	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
15	หาดคู้วิมาน	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
16	หาดลับแล	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
17	จุดชมวิวพระสังกัจจายน์	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
18	จุดชมวิวหาดเก็บตะวัน	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
19	จุดชมวิวเนินนางพญา	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
20	หมู่บ้านประมง บ้านหัวแหลม	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
21	จุดชมวิวพระยี่น	สนามไชย	นายายอาม	จันทบุรี
22	สวนรุกขชาติชายหาดแหลมเสด็จ	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
23	สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับที่	แหล่งท่องเที่ยว	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
24	หน่วยสาธิตการเลี้ยงสัตว์น้ำ อ่าวคู้กระเบน	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
25	ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
26	เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนคู้ กระเบน	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
27	หาดแหลมเสด็จ	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
28	หาดเจ้าหลาว	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
29	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าคู้กระเบน	คลองขุด	ท่าใหม่	จันทบุรี
30	จุดพักรถปากน้ำแฉมหนู	ตะกาดเง้า	ท่าใหม่	จันทบุรี
31	อ่าวยาง	บางกะไชย	แหลมสิงห์	จันทบุรี
32	วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ อ่าวกระทิง	บางกะไชย	แหลมสิงห์	จันทบุรี
33	ป้อมไฟรีพินาศและเจดีย์อิสรภาพ	บางกะไชย	แหลมสิงห์	จันทบุรี
34	ศาลกรมหลวงชุมพรและประภาคาร แหลมสิงห์	บางกะไชย	แหลมสิงห์	จันทบุรี
35	สะพานตากสินมหาราช	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี
36	คุกกี้ไก่	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี
37	ตึกแดง	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี
38	หาดแหลมสิงห์	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี
39	เกาะจุฬา	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี
40	โอเอซิสเวิร์ล	ปากน้ำแหลมสิงห์	แหลมสิงห์	จันทบุรี

การเดินทางท่องเที่ยวตามถนนเฉลิมบูรพาชลทิต

จุดเริ่มต้นของถนนเฉลิมบูรพาชลทิตอยู่ที่บริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่ เมื่อเดินทางมาถึงอนุสาวรีย์สุนทรภู่จะเห็นวงเวียนสุดสาครขีมนานิรมังกร ให้เลี้ยวตามแนวซ้ายมือเข้าสายทางหลวงชนบท รย.4036 หรือที่เรียกว่า กม.0+000 สังเกตทางขวามือเป็นอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ซึ่งทางซ้ายมือเยื้องอนุสาวรีย์สุนทรภู่ประมาณ 200 เมตร เป็นแหล่งผลิตสินค้า Otop ของจังหวัด คือ กลุ่มหมู่บ้าน ทุเรียน ขนุน และสาเกตอด



ภาพที่ 2 แผนที่จุดเริ่มต้นบริเวณอนุสาวรีย์สุนทรภู่เพื่อเดินทางสู่ถนนเฉลิมบูรพาชลทิต (กรมทางหลวงชนบท, (ม.ป.ป.), หน้า 19)

จากนั้นให้ตรงมา กม. 1+500 ทางซ้ายมือจะพบแหล่งชุมชนหมู่บ้านกะหอยนางรม สังเกตได้ว่าถนนของโครงการเลียบรินชายฝั่งทะเลตะวันออก ของกรมทางหลวงชนบทมีจุดเดินรถ 2 ช่องทาง ทางเท้าและทางจักรยาน พร้อมป้ายสัญลักษณ์การควบคุมจราจรและแนะนำเส้นทาง รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เมื่อตรงมาสักระยะจนถึงแยกทะเลน้ำแดง ให้เลี้ยวซ้ายตรงเขื่องหัวมุม จุดสังเกตเป็น Rock Garden Resort จากนั้นเดินทางมาจนถึง กม. 5+500 สังเกตขวามือเป็นทางเข้าบ้านปลาธนาคารปู (ศูนย์ศึกษาและพัฒนาทรัพยากรทางชายฝั่งทะเล ของชาวหมู่บ้านเขาซ้อ) ตรงมาบริเวณ กม. 6+000 จะพบสี่แยกถนนบ้านกะเพรา



ภาพที่ 4 แผนที่เดินทางบริเวณจุดพักรถพังราด (กรมทางหลวงชนบท, (ม.ป.ป.), หน้า 28)

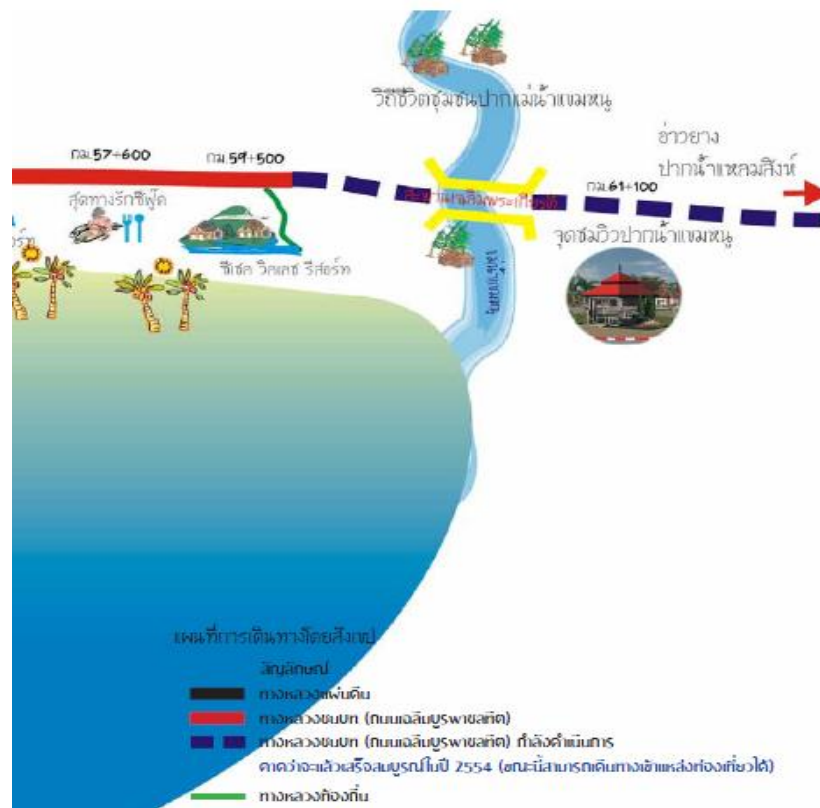
เมื่อข้ามสะพานแม่น้ำพังราด เข้าสาย จบ. 4011 เดินทางมาสู่กระยะพบทางแยกที่บ้านช้างข้าม ตรง กม.26+200 ระหว่างทางผ่านบ่อเลี้ยงกุ้ง บ่อเลี้ยงปลาตลอดสายทางทั้ง 2 ฝั่ง ตรงมาจะพบสามแยก ด้านขวามือเป็น ออบต.บ้านกระแจะ ให้เลี้ยวขวาตรง กม. 34+750 เลียบปากน้ำกระแจะจนถึงบริเวณสี่แยก กม. 41+954 ถ้าเลี้ยวทางขวาเข้าหาดคังวิมาน ตรงไปประมาณ 500 เมตรเป็นถนนแนวเลียบชายหาด ตั้งแต่ กม. 0+000 เป็นแนวชายหาด จากนั้นมาตามสายทางพบทางแยกเลียบซ้ายมือจนถึง กม. 1+000 เป็นจุดชมวิวพระยืนแต่หากย้อนกลับมาตรงไปทางซ้ายอีกครั้ง จะถึงจุดชมวิวคังวิมาน กม.2+800 ตรงไปอีกเพื่อพบจุดชมวิวเนินพญา กม.3+000 นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเพื่อเยี่ยมชมวิถีชีวิตหมู่บ้านชาวประมงได้ที่ กม. 3+150 ซึ่งบริเวณนี้สามารถมองเห็นเจดีย์กลางน้ำอยู่เหนือโขดหินถือเป็นจุดสิ้นสุดหาดคังวิมาน กม. 3+500



ภาพที่ 5 แผนที่เดินทางบริเวณหาดคู้งวิมาน (กรมทางหลวงชนบท, (ม.ป.ป.), หน้า 29)

เมื่อเดินทางออกจากหาดคู้งวิมานถึงจุดตัดบริเวณสี่แยกตรง กม. 41+954 ตรงไปถึง กม. 44+400 จะพบสี่แยกวงเวียนสนามชัย ถ้าตรงไปเป็นทางเข้าถนนสุขุมวิท หากเลี้ยวซ้ายไปตามโครงการเลียบริบชายฝั่งทะเลตะวันออกจนถึง กม. 44+700 ขวามือเป็นจุดพักรถสนามชัยของกรมทางหลวงชนบท จากนั้นมุ่งหน้าตรงตามสายทาง มีป้ายบอกทางซ้ายมือว่าไปคู้งกระเบน แหลมสิงค์ และเจ้าหลาว ขับต่อจนถึงสิ้นสุด กม. 52+900 ก่อนถึงวงเวียนเจ้าหลาวมีประติมากรรมพะยูนเล่นน้ำ

การเดินทางบริเวณหาดเจ้าหลาวตามถนนบูรพาชลทิศ เมื่อเดินทางถึงบริเวณวงเวียนปลาพะยูนเล่นน้ำแล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่สายทางจะพบหาดเจ้าหลาว ซึ่งจุดนี้จะมีร้านอาหารและที่พักไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 8 แผนที่เดินทางบริเวณปากน้ำแฉมหนู (กรมทางหลวงชนบท, (ม.ป.ป.), หน้า 46)

จากนั้นเดินทางตามสายทางพบสะพานเฉลิมพระเกียรติเพื่อข้ามปากน้ำแฉมหนู บริเวณนี้จะมีจุดชมวิวกวที่สวยงาม มีสถานที่นักท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และมีจุดพักรถปากน้ำแฉมหนูเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

เมื่อเดินทางข้ามสะพานตากสินมหาราชแล้ว หลังจากลงสะพานให้เลี้ยวขวา กม. 77+000 เดินทางต่อ พบสามแยกให้เลี้ยวขวา จะพบสถานที่ท่องเที่ยว คือคุกกี้โก้ จากนั้นมุ่งหน้าตรงไป ประมาณ 200 เมตร จะพบสถานที่ท่องเที่ยว คือตึกแดง บริเวณ กม. 77+500 จะพบจุดพักรถ แหลมสิงห์และชายหาดแหลมสิงห์ เมื่อมุ่งหน้าตรงไป กม. 92+100 ให้เลี้ยวซ้าย เดินทางตรงไป เป็นจุดสิ้นสุดถนนเฉลิมบูรพาชลทิต แต่สามารถเดินทางเชื่อมต่อกับถนนสุขุมวิทเพื่อเดินทางไปจังหวัดตราดได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม, บริษัท เอ็ม เอ คอนซัลแตนท์ จำกัด, บริษัท วิชาการ จำกัด และ บริษัท พีรี ดีเวลลอปเม้นท์ คอนซัลแตนท์ จำกัด (2548) ทำการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลในการคาดการณ์ปริมาณจราจร โครงการศึกษาความเหมาะสม ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม และสำรวจออกแบบรายละเอียด โครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ผลปรากฏว่า

1. ด้านประสิทธิภาพในการดึงดูดปริมาณการจราจรของโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด เมื่อสร้างเสร็จและเปิดให้ใช้บริการในปี พ.ศ. 2552 แล้ว สามารถดึงดูดการจราจรมาใช้ถนนเป็นปริมาณดังนี้

ตารางที่ 3 ปริมาณการจราจรที่จะดึงดูดผู้มาใช้บริการโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด

ปริมาณการจราจร	พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2572
หน่วย คัน/ ชม. เร่งด่วน	271	350	437	530	631
หน่วย คัน/ วัน	3,031	3,922	4,888	5,933	7,064

2. ด้านประสิทธิภาพของถนนโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ในการปรับสมดุลของระดับบริการของโครงข่ายถนน พบว่า จะมีส่วนในการปรับสมดุลของระดับบริการโครงข่ายถนน กล่าวคือ ถ้าไม่มีการก่อสร้างถนนโครงการสายรองแล้วระดับบริการของถนนสุขุมวิท และถนนเดิมที่เป็นที่ตั้งของโครงการถนนสายรองจะมีระดับบริการในช่วงเร่งด่วนที่แตกต่างกันมากในปี พ.ศ. 2572 โดยถนนสุขุมวิทจะมีระดับบริการเป็น E มีความเร็วในการเดินทางต่ำกว่า 50 กิโลเมตร/ ชั่วโมง ในขณะที่ถนนเดิมที่เป็นที่ตั้งของโครงการถนนสายรองจะมีระดับบริการเป็น C มีความเร็วในการเดินทางมากกว่า 70 กิโลเมตร/ ชั่วโมง แต่ถ้ามีการก่อสร้างถนน

โครงการสายรองแล้วระดับบริการของถนนสุขุมวิท และถนนเดิมที่เป็นที่ตั้งของโครงการถนนสายรอง จะมีระดับบริการในช่วงโมงเร่งด่วนปี 2572 ที่สมดุลกันที่ระดับบริการ D ความเร็วในการเดินทางของ ถนนทั้งสองสายสูงกว่า 60 กิโลเมตร/ ชั่วโมง

3. ด้านประสิทธิภาพการรองรับปริมาณการจราจรเปลี่ยนเส้นทางของถนนในแนวเหนือ – ใต้ ระหว่างถนนสุขุมวิทและถนนโครงการสายรองโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัด ระยอง จันทบุรี และตราด ปรากฏว่า

3.1 ถนนในแนวเหนือ – ใต้ ส่วนใหญ่มีระดับบริการที่ต่ำลงโดยเฉลี่ย 1 ระดับบริการ แต่ก็ยังสามารถรักษาระดับการบริการที่พึงพอใจในการรองรับปริมาณการจราจรเปลี่ยนเส้นทาง ระหว่างถนนสุขุมวิทและถนนโครงการสายรองได้ถึงปีออกแบบปี 2572 อย่างไรก็ตามควรพิจารณา การขยายช่องทางจราจรของทางหลวงสาย 3161 และ 3156 ก่อนระดับบริการเต็มความจุ E ในปี ออกแบบปี 2572

3.2 ถนนในแนวเหนือ – ใต้ ที่จะรองรับปริมาณการจราจรเปลี่ยนเส้นทางระหว่างถนน สุขุมวิทและโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ณ จุดเริ่มต้น โครงการถนนโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด (นับจาก อนุสาวรีย์สุนทรภู่) คือทางหลวงหมายเลข 3163 และทางหลวงหมายเลข 3161 แต่ทางหลวงสาย 3163 จะเป็นทางหลวงที่เหมาะสมที่สุดในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เดินทาง นักท่องเที่ยว เลือกใช้เป็น เส้นทางสู่ถนนโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด เนื่องจากมี ระยะการเดินทางที่สั้นกว่า อีกทั้งค่าความจุสำรองที่สูงกว่า

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2554) ได้สำรวจแนวเส้นทางถนนท่องเที่ยวเลียบทะเลช่วงหาดแหลม แม่พิมพ์ จังหวัดระยอง – หาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี โดยใช้ระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศและการวิเคราะห์หลากหลายปัจจัย จากการกำหนดแนวเส้นทางทางท่องเที่ยวถนนเลียบทะเลในการวิจัย เป็นแนวเส้นทางที่ผ่านพื้นที่เขตชุมชน ซึ่งมีถนนเดิมหรือทางสัญจรที่ประชาชนใช้เพื่อการสัญจร อยู่แล้ว แต่มีได้มีไว้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหลัก ผลการศึกษา ปรากฏว่า ปัจจัยด้าน เศรษฐศาสตร์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและ ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริม การกำหนดแนวเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมมากขึ้น

พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ นพพร จันทรรนำชู และณัฐกฤตย์ ดิฐวิรุฬห์ (2556) ได้วิเคราะห์ ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการสายแยกทางหลวงหมายเลข 331 บ้านหนองคล้า อำเภอ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี ปรากฏว่า ปริมาณการจราจรบริเวณเส้นทางสาย ชบ.3009 ช่วงหมายเลข 331 ถึงทางหลวงหมายเลข 7 มีปริมาณจราจรสูงกว่าช่วงทางหลวงหมายเลข 7 ถึงทางหลวงหมายเลข 3 อย่างเห็นได้ชัด จากผลประโยชน์ของโครงการ ปรากฏว่า มูลค่าปัจจุบันของการประหยัดค่าใช้จ่าย

ในการใช้รถตลอดอายุโครงการเท่ากับ 209.36 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่า โครงการสายแยกทางหลวงหมายเลข 331 ช่วยกระจายปริมาณการจราจรในทางหลวงหมายเลข 7 และทางหลวงหมายเลข 331 ระหว่างอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ให้มาใช้เส้นทางสาย ขบ.3009 มากขึ้น จึงส่งผลให้ปริมาณจราจรทั้งระบบมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น สำหรับมูลค่าปัจจุบันของการประหยัดเวลาในการเดินทางตลอดอายุโครงการเท่ากับ 130.32 ล้านบาท และมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ของโครงการเท่ากับ 339.68 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าโครงการสายแยกทางหลวงหมายเลข 331 ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสัญจร การขนส่งสินค้า และยังช่วยให้การจราจรมีความคล่องตัวมากขึ้น ส่วนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ ปรากฏว่า NPV เท่ากับ 233.69 ล้านบาท B/C Ratio เท่ากับ 3.20 และ IRR เท่ากับร้อยละ 35.9 ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ที่ได้ ทำให้ NPV มีค่ามากกว่า 0 BC Ratio มากกว่า 1 และ IRR มากกว่าร้อยละ 12 แสดงว่าโครงการก่อสร้างถนนโครงการนี้มีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ในการลงทุน

การสร้างถนนเพื่อการท่องเที่ยวนี้ไม่ต่างจากการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องทำให้ผู้ใช้หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรู้สึกถึงความคุ้มค่า คุ้มค่า และประสบการณ์ที่ได้รับ ดังงานวิจัยของโชคนิติ แสงล่อ และสุชาดา กรเพชรปาณี (2558) ที่ได้วิจัยเรื่องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีรูปแบบความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา (2558) ได้ประเมินโครงการถนนเฉลิมบูรพาชลทิศโดยใช้หลัก 4S ได้แก่ ด้านทางสบาย (Serviceable) ด้านความปลอดภัย (Safe) ด้านทางไม่หลง (Sure) และด้านทางสวยงาม (Scenic) พบว่า ด้านทางสบาย (Serviceable) สภาพผิวการจราจรเรียบไม่ขรุขระ ไม่มีหลุมบ่อ ขับรถเรียบตลอดเส้นทาง การปะซ่อมถนนที่เสียหายครบถ้วนเรียบร้อย ถนนมีขนาดกว้างเหมาะสมต่อประเภทรถยนต์ในการสัญจร และทางจักรยานมีขนาดเหมาะสมกับการขี่ สามารถใช้ความเร็วได้ตามมาตรฐาน เส้นจราจรตีบนผิวทางดำเนินการครบถ้วน ผลการประเมินในภาพรวมระดับดีเยี่ยม ด้านความปลอดภัย (Safe) มีป้ายบังคับและป้ายเตือนให้เห็นตามจุดทางแยกตลอดสายทางและเห็นได้ชัดเจน อุปกรณ์เครื่องหมายความปลอดภัยบนผิวทางมีหมุดถนนเตือนบอกเขตไหล่ทางและทางจักรยาน ข้างทางมีป้ายไฟแสงสว่าง ตามทางแยกมีไฟส่องสว่าง ผลการประเมินในภาพรวมระดับดีเยี่ยม ด้านทางไม่หลง (Sure) มีป้ายบอกทิศทางทุกทางแยก แต่ยังไม่มีการบอกทางบางแห่งก่อนที่จะถึงจุดทางแยก มีป้ายบอกระยะ ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และมีหลักกิโลเมตรบอกทาง ผลการประเมินในภาพรวมระดับดีเยี่ยม และด้านทางสวยงาม (Scenic) มีการตัดหญ้าเพื่อความสวยงาม

จากไหล่ทางระยะห่างประมาณ 200 เมตร แต่บางแห่งมีต้นไม้บังป้ายบอกทิศทาง ไม่มีป้ายอื่น ๆ ที่
 ไม่ได้รับอนุญาตมาบังคับทัศนวิสัยในการขับขี่ในสายทาง ผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับดี

อรอำไพ สามขุนทด และภาวิณี อินชมภู (2558) ได้สำรวจและประเมินถนนเพื่อพัฒนาเป็น
 เส้นทางชมทิวทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินเส้นทาง 40 สายทาง เพื่อจัดลำดับความสำคัญของ
 ถนนที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเส้นทางชมทิวทัศน์ โดยศึกษาจากแนวทางการประเมินของ
 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปรากฏว่า สายทาง พย.กวีานพะเยา จังหวัดพะเยา มีคะแนนประเมินถนน
 โครงข่ายทางหลวงชนบทสูงที่สุดเท่ากับ 84.75 รองลงมาคือ สายทาง รอ.4043 เจริญ – ผาหมอกฯ
 จังหวัดร้อยเอ็ด และสายทาง ชพ.4008 แหลมหัวโมง จังหวัดชุมพร มีคะแนนประเมินถนนโครงข่าย
 ทางหลวงชนบทเท่ากับ 84.50 ซึ่งจากการประเมินสามารถทำให้ทราบว่าสายทางใดมีศักยภาพที่จะ
 สามารถนำไปพัฒนาเป็นเส้นทางชมทิวทัศน์ได้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาเมือง
 อย่างบูรณาการและยั่งยืน

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย
 ดังนี้

ภาวิณี เพชรสว่าง (2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรืออารมณ์
 ทางบวกโดยเป็นผลจากประสบการณ์ในการทำงาน

ราชบัณฑิตสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก
 ชอบใจ

นภดล ร่มโพธิ์ (2554) ได้ให้ความหมายของพึงพอใจไว้ว่า คือ ความรู้สึกของบุคคล ไม่ว่าจะ
 จะเป็นการประทับใจหรือไม่ประทับใจภายหลังจากการใช้สินค้าหรือรับบริการ โดยเปรียบเทียบกับ
 ความคาดหวังที่มีต่อตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งความพึงพอใจของแต่ละบุคคลไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งยัง
 เปลี่ยนแปลงได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม

เกอร์สัน (2547) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญต่อการทำธุรกิจ หากลูกค้ามีความ
 พึงพอใจในสินค้าหรือบริการย่อมก่อให้เกิดการกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีก แต่หากลูกค้ารู้สึก
 ไม่พึงพอใจ แม้ว่าสินค้าหรือการบริการจะมีคุณภาพแค่ไหน ก็ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาซื้อ
 สินค้าหรือใช้บริการอีก

Wikipedia (2015) ได้ให้ความหมายของพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นการวัดว่าสินค้า
 และบริการที่จัดทำขึ้นตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ ความพึงพอใจของลูกค้าอาจดูได้จาก

จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและใช้บริการ หรือร้อยละของลูกค้าที่รายงานว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีคุณลักษณะตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากความหมายของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เกิดจากทัศนคติ ความต้องการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองก็เกิดความพึงพอใจขึ้น และถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการตามความคาดหวังไว้ความพึงพอใจจะหายไปทันที ดังนั้นความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจของบุคคลทางบวกนั้นย่อมก่อให้เกิดความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อถนนเฉลิมบูรพาชลทิต เปรียบเสมือนความพึงพอใจของลูกค้าในการที่จะมาใช้บริการ ใช้สินค้า หรือใช้สถานที่เช่นกัน ดังฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจของลูกค้า มักมีความเกี่ยวข้องกัน 3 ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตัวสินค้าหรือบริการที่ได้รับ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ขายหรือผู้ให้บริการ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายหรือผู้ให้บริการกับตัวสินค้าหรือบริการ โดยความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับสิ่งที่ได้รับจริงหรือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจเป็นไปได้หลายลักษณะ เช่น ความสัมพันธ์แบบครึ่งคราว หรือเป็นประจำต่อเนื่อง ความสัมพันธ์อาจเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หรือหลายชนิดประกอบกัน ผู้เกี่ยวข้องในความสัมพันธ์นี้อาจเกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับผู้ขาย หรือผู้ให้บริการโดยตรงเพียง 2 ฝ่าย หรืออาจมีฝ่ายอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมถึงสินค้าและบริการนี้อาจเกี่ยวข้องกับเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อตราสินค้า เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจลูกค้ามิได้มีรูปแบบตายตัว สามารถเป็นได้หลายลักษณะ อาจเกี่ยวข้องกับบุคคลเพียง 2 คน หรือมากกว่าก็ได้ ลูกค้าอาจมีความพึงพอใจต่ำ ทั้ง ๆ ที่สินค้าหรือบริการมีคุณภาพสูง หรือลูกค้าอาจมีความพึงพอใจสูง ทั้ง ๆ ที่สินค้าหรือบริการมีคุณภาพต่ำ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจของลูกค้า ก็คือ ความรู้สึกของลูกค้าทั้งที่เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ อันเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expectation) ดังสมการ

$$\text{Customer Satisfaction} = \text{Expectation} - \text{Perceived Performance}$$

เป็นเรื่องยากที่จะวัดความพึงพอใจลูกค้าได้จากคำถามเพียงคำถามเดียว องค์กรจำนวนมากพยายามตรวจสอบวัดความพึงพอใจลูกค้าจากคำถามเพียงไม่กี่คำถาม แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย และพยายามทำเป็นข้อมูลอนุกรม เวลาดูการเปลี่ยนแปลง โดยหวังว่าผลจะคงที่หรือเพิ่มขึ้น แต่วิธีการเช่นนี้จะทำให้องค์กรเรียนรู้ลูกค้าจากการสำรวจได้น้อย หรือได้ประโยชน์จากการสำรวจจำกัด

ในมุมมองของผู้บริหาร การรับรู้ว่าคุณค่ามีความพึงพอใจมากขึ้นหรือลดลงก่อให้เกิดประโยชน์อันใด หากการสำรวจนั้นมีได้แนะนำว่าควรทำอย่างไรเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า แท้จริงแล้วผู้บริหาร ต้องการคำแนะนำ หรือวิธีปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจลูกค้าจากการสำรวจด้วย

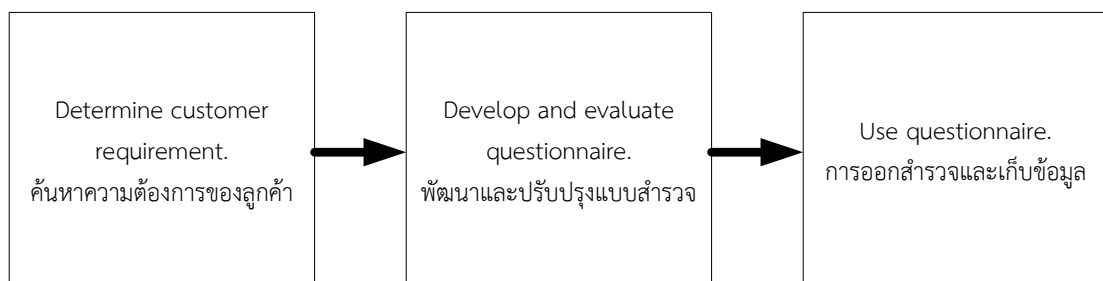
นภดล ร่มโพธิ์ (2554) กล่าวถึงความพึงพอใจลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพในสายตาผู้บริโภคและคุณค่าหรือนิยามในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งสามารถวัดได้เป็นรูปธรรมและประเมินได้จากดัชนี 2 ด้าน คือ 1) ความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งวิเคราะห์ได้จากอัตราการซื้อซ้ำ อัตราการรักษาลูกค้าเดิม อัตราการบอกต่อ และ 2) การร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งวิเคราะห์ได้จากจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า และจำนวนลูกค้าที่บริษัทสูญเสียไป เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีความสำคัญต่อผลประกอบการของบริษัทเพราะจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ รวมถึงการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนั่นย่อมหมายถึงผลกำไรที่บริษัทสามารถสร้างขึ้นนั่นเอง

วิธีหาความต้องการของลูกค้า

Hates (2008, p. 8) กล่าวถึงกระบวนการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้าว่า แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้ามิใช่สิ่งที่จะสามารถลอกเลียนแบบกันได้ทั้งหมด พุดง่าย ๆ คือ ไม่ควรเอาแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้าของกิจการอื่นมาใช้ถามลูกค้าของตัวเอง แต่ละกิจการควรสร้างเครื่องมือที่เหมาะสมกับตัวเอง (Tailor-made) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเข้าใจลูกค้าได้อย่างแท้จริง

ก่อนที่จะลงมือสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า นั้น ควรมีขั้นตอนการวิจัยเล็ก ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลบรรจุลงในแบบสอบถาม หรือพุดง่าย ๆ ก็คือเราควรจะถามอะไรในแบบสอบถาม

กระบวนการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้าประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลังดังภาพที่ 2



ภาพที่ 11 กระบวนการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Hates, 2008, p. 8)

จากภาพที่ 11 สามารถแบ่งกระบวนการสร้างแบบสำรวจความพึงพอใจลูกค้าออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการค้นหา และกำหนดความต้องการของลูกค้าหรือคุณภาพในมิติต่าง ๆ ในมุมมองของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้เราเข้าใจลูกค้ามากขึ้น โดยทราบถึงความต้องการหรือคุณภาพในมุมมองของลูกค้าว่าประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง ความรู้เกี่ยวกับลูกค้านี้สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาแบบสำรวจเพื่อตรวจวัดความพึงพอใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อรวบรวมความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ครบถ้วนแล้ว ในขั้นตอนต่อมา เป็นกระบวนการพัฒนาแบบสำรวจ เทคนิคในการตั้งคำถามที่เข้าใจง่าย กระชับ รูปแบบในการตอบคำถาม วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 3 เป็นขั้นตอนของการนำแบบสำรวจไปใช้งานจริงเพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้า โดยอาศัยตัวอย่างลูกค้าที่ถูกสุ่มอย่างเป็นระบบ ถูกต้องตามหลักสถิติ และเชื่อถือได้

การค้นหาความต้องการของลูกค้า (ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549, หน้า 32 - 57)

ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ แม้ว่าราคาและคุณภาพจะเป็นอันดับต้น ๆ แต่นั่นก็มีใช้คำตอบสุดท้ายเสมอไป ปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ที่ลูกค้ามักให้ความสำคัญเช่นกันคือ การให้บริการของพนักงานขาย ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าและใช้บริการ เป็นต้น การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการแต่ละครั้งมักขึ้นอยู่กับมิติคุณภาพ (Quality Dimension) หลายมิติประกอบกัน ลูกค้าอาจมีได้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำสุด ตรงกันข้าม ลูกค้าจะเลือกซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ร่วมกัน และอาจให้ความสำคัญต่อแต่ละมิติคุณภาพมากน้อยลดหลั่นกันไป จนบางครั้งไม่สามารถบอกได้ว่ามิติใดมีอิทธิพลมากที่สุด

ดังนั้นเราจึงต้องให้ความสำคัญกับมิติคุณภาพ เนื่องจากมิติคุณภาพในสายตาของลูกค้านี้เองจะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของสินค้าและบริการตามที่คุณลูกค้าต้องการ ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการที่เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดีหรือทราบถึงมิติคุณภาพของคุณลูกค้าครบถ้วน จะสามารถตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการได้ดีกว่าผู้ผลิตที่ไม่เคยสนใจศึกษาลูกค้าของตนเลย ผู้ที่ไม่รู้จักและไม่มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าจะไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจลูกค้าได้

โดยทั่วไปมิติคุณภาพที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ มักหนีไม่พ้นมิติคุณภาพ 3 มิติ คือ 1) การบริการของพนักงาน 2) ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าหรือใช้บริการ 3) การให้บริการอย่างมีอาชีพของพนักงาน อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากมิติคุณภาพ 3 มิตินี้ มิติคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ายังมีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้าและบริการ ในการค้นหาความต้องการของลูกค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจแต่ละประเภท มี 2 วิธี ดังนี้

วิธีที่ 1 การค้นหาความต้องการของลูกค้าแบบวิธีกำหนดจากบนลงล่าง (Top – down Approach) วิธีนี้เป็นวิธีที่เราคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี และเชื่อว่าเป็นวิธีที่ปฏิบัติกันอยู่แล้วในอดีต วิธีนี้เรียกง่าย ๆ ว่า วิธีคิดเองถามเอง ในฐานะผู้สำรวจคงคุ้นเคยกับการตั้งคำถามด้วยตัวเอง หรือไปคัดลอกแบบสำรวจของบริษัทอื่นมา หรืออาจให้ที่ปรึกษาช่วยตั้งคำถามให้ แล้วก็นำไปสอบถามหรือสัมภาษณ์ลูกค้า ด้วยเหตุนี้จึงเรียกว่าเป็นวิธีการค้นหาความต้องการของลูกค้าแบบบนลงล่าง เนื่องด้วยผู้สำรวจตั้งคำถามเองฝ่ายเดียว แล้วนำไปถามลูกค้าในสิ่งที่ผู้สำรวจอยากทราบ โดยที่ลูกค้าไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเรื่องอื่นนอกเหนือจากคำถามที่ปรากฏในแบบสำรวจได้เลย

ผู้ขายหรือผู้ให้บริการย่อมมีความรู้ความเข้าใจลูกค้าของตนเป็นอย่างดี รวมทั้งรู้จักตัวสินค้าและบริการที่ตนเสนอขาย ดังนั้น จึงทราบดีว่าลูกค้าต้องการอะไร ลักษณะสินค้าและบริการที่พึงประสงค์ของลูกค้าเป็นเช่นไร การค้นหาความต้องการของลูกค้าด้วยวิธีแบบ Top – down นี้ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดมิติคุณภาพ (Quality Dimension) โดยอาศัยแหล่งข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ วารสารด้านการตลาดที่กล่าวถึงมิติคุณภาพหรือความต้องการของลูกค้า จากผลงานวิจัยในอดีต หรือจากประสบการณ์ของนักการตลาด นอกจากนี้ ยังสามารถขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิต ซึ่งมีความเข้าใจในกระบวนการและผลิตภัณฑ์ที่พึงปรารถนาเป็นอย่างดี ตัวอย่าง ผลงานวิจัยในต่างประเทศที่ทำการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมักคำนึงถึงเมื่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดยศึกษาปัจจัยสำคัญของคุณภาพงานบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เมื่อลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของใครย่อมหนีไม่พ้นการพิจารณาองค์ประกอบสำคัญของการบริการ 5 ประการ ซึ่งประกอบด้วย

1. Tangibles คือ บริการที่ดีต้องจับต้องได้เป็นรูปธรรม เช่น คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รวมถึงความพยายามทำให้งานบริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสได้ เช่น ในร้านอาหารญี่ปุ่นพ่อครัวทำอาหารต่อหน้าลูกค้า ทำให้ลูกค้าเห็นกระบวนการทำอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ ความสะอาด เป็นต้น และช่วยให้ผู้บริโภคเห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งบริการที่ดีต้องจับต้องได้เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย

- 1.1 การให้บริการที่ฉับไวแก่ลูกค้า
- 1.2 ให้บริการด้วยความสุภาพนอบน้อม
- 1.3 ให้บริการด้วยความห่วงใย ใส่ใจลูกค้า
- 1.4 ให้บริการได้ภายในกรอบเวลาที่กำหนด

2. Reliabilities คือ บริการที่ดีต้องไวใจได้ มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องแม่นยำ ไม่ว่าจะมาใช้บริการเมื่อไหร่ ประกอบด้วย

- 2.1 พนักงานเข้าใจความคาดหวังของลูกค้า

2.2 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการดึงดูดลูกค้าต้องมีคุณภาพ

2.3 ให้บริการโดยยึดความถูกต้องของลูกค้าเป็นที่ตั้ง

2.4 พนักงานให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างเต็มใจ

2.5 ให้บริการถูกต้อง ครบถ้วน ไม่มีข้อผิดพลาด

3. Responsiveness คือ ความมุ่งมั่นเต็มใจในการให้บริการ และพร้อมให้บริการเสมอ ประกอบด้วย

3.1 พนักงานแจ้งให้ลูกค้าทราบเสมอเมื่อเริ่มต้นให้บริการ

3.2 พนักงานให้บริการได้ตามที่ตกลงสัญญา

3.3 พนักงานสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าเมื่อให้บริการ

3.4 พนักงานมีความรู้ในบริการที่ส่งมอบ และตอบข้อสงสัยลูกค้าได้

4. Assurance คือ พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ ความชำนาญ และมีมารยาท สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าเมื่อมาใช้บริการ ประกอบด้วย

4.1 พนักงานพร้อมแก้ไขปัญหาของลูกค้าเสมอ

4.2 สามารถไว้วางใจให้แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้

4.3 ให้บริการด้วยความถูกต้อง ครบถ้วน ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ

4.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดึงดูดลูกค้า

5. Empathy คือ พนักงานต้องเอาใจใส่ลูกค้า สามารถดูแลลูกค้าแต่ละบุคคลที่มีความต้องการต่างกันได้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย

5.1 พนักงานให้ความสำคัญกับลูกค้ารายบุคคล

5.2 พนักงานให้บริการด้วยความเรียบร้อย เป็นมืออาชีพ

5.3 ช่วงเวลาให้บริการเหมาะสม สะดวกสบาย

5.4 ให้บริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย

5.5 ให้บริการด้วยความถูกต้อง และรักษาความลับของลูกค้า

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ได้ศึกษาถึงมิติคุณภาพด้านการสนับสนุนการปฏิบัติงานภายในหรือการให้บริการลูกค้าภายในองค์กรเอง ตามแนวคิด Total Quality Management (TQM) ที่มีความเชื่อว่า การให้บริการลูกค้า (End Users) ที่ดีต้องมีกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพ และผู้ให้บริการต้องได้รับการส่งมอบปัจจัยหรือบริการภายในองค์กรที่ดีมาก่อน ดังนั้น จึงเริ่มมีแนวคิดในการสำรวจลูกค้าภายใน (Internal Customer) ด้วยแนวคิดที่ว่าหน่วยงานถัดไปก็คือลูกค้าของเราเอง ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามิติคุณภาพที่ลูกค้าภายในมักให้ความสำคัญประกอบด้วย 1) Availability of Support คือ ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ 2) Responsiveness of Support คือ การตอบสนองอย่างรวดเร็วของผู้ให้บริการ 3) Timeliness of Support คือ การให้บริการที่ตรงต่อเวลา

และผลงานบรรลุมายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด 4) Completeness of Support คือ บริการที่ส่งมอบครบถ้วนสมบูรณ์ และ 5) Pleasantness of Support คือ การให้บริการอย่างมีอาชีพ และสร้างความประทับใจ

จะเห็นได้ว่าจากงานวิจัยทั้งสองเรื่องถือว่าเป็นต้นแบบหรือแนวคิดที่นิยมกันอย่างมาก และมักใช้อ้างอิงหรือเป็นทฤษฎีหลักรองรับเสมอ เมื่อมีผู้สำรวจความพึงพอใจลูกค้าในงานบริการก็มักเริ่มต้นที่มีทัศนคติภาพเหล่านี้

ขั้นตอนที่ 2 ขยายความทัศนคติภาพด้วยตัวอย่าง แม้จะสามารถกำหนดทัศนคติภาพ หรือกรอบในการประเมินความพึงพอใจลูกค้าได้แล้ว แต่ทัศนคติภาพเหล่านี้ยังไม่มีรายละเอียดเพียงพอที่จะตั้งเป็นคำถามได้ เนื่องจากทัศนคติภาพมักเป็นคำกว้าง ๆ เป็น Keyword ที่สำคัญ เช่น ความเป็นมืออาชีพคุณภาพสินค้าหรือบริการ ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น ซึ่งลูกค้าหรือผู้ตอบแบบสำรวจอาจมีความเข้าใจที่แตกต่างกับ Keyword เหล่านี้ ดังนั้น ต้องมีการขยายความทัศนคติภาพ หรือยกตัวอย่างพฤติกรรมที่สอดคล้องกับทัศนคติภาพเหล่านั้น กล่าวโดยสรุป คือ ทัศนคติภาพเปรียบเสมือนหัวเรื่องหรือประเด็นหลักที่เราจะทำการสำรวจลูกค้านั่นเอง แต่เนื้อหาหรือหัวข้อคำถามที่จะถามในแบบสอบถามนั้น เราต้องมาตั้งให้สอดคล้องและสามารถสะท้อนถึงทัศนคติภาพนั้นให้ได้

การยกตัวอย่างทัศนคติภาพถือเป็นหัวใจสำคัญของวิธีการนี้ เนื่องจากตัวอย่างนี้เองจะไปปรากฏเป็นหัวข้อคำถามอยู่ในแบบสอบถามความพึงพอใจ ดังนั้น การยกตัวอย่างที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ตัวอย่างต้องสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของสินค้าและบริการ รวมถึงพฤติกรรมของผู้ให้บริการอย่างชัดเจน
2. ตัวอย่างต้องมีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ
3. ตัวอย่างต้องมีความหมายไม่ซ้ำซ้อนกัน และไม่มี ความหมายขัดแย้งกันเอง
4. สามารถยกตัวอย่างด้วยพฤติกรรมของตัวลูกค้าเอง รวมถึงความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า
5. จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอ จะช่วยให้ผู้ตอบแบบสำรวจเข้าใจมากยิ่งขึ้นชัดเจน ไม่คลุมเครือ แต่ก็ไม่ควรมากจนเกินความจำเป็น

วิธีที่ 2 การค้นหาความต้องการของลูกค้าจากประสบการณ์จริงของลูกค้า (Bottom – up Approach) วิธีนี้ต่างจากวิธีแรก กล่าวคือ วิธีแรกจะกำหนดทัศนคติภาพโดยอาศัยความรู้ความเข้าใจของผู้ขาย ผู้ให้บริการ หรือผู้ผลิต แต่เพียงฝ่ายเดียว หรืออาจมีคำถามเสริมโดยผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ซึ่งเปรียบได้กับการกำหนดจากบนลงล่าง หรือจากมุมมองของผู้ผลิต และผู้ให้บริการเพียงฝ่ายเดียว ผู้บริโภคหรือลูกค้าไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือสะท้อนความต้องการของตน นอกเหนือจากการตอบคำถามที่ผู้สำรวจถามในแบบสอบถาม

เพื่อให้เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงได้ ลูกค้าควรมีบทบาทสำคัญหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดมิติคุณภาพไม่น้อยไปกว่าผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการ การค้นหามิติคุณภาพจากผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียวอาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงความต้องการหรือความคาดหวังที่แท้จริงของลูกค้าได้

ดังนั้น ในกระบวนการพัฒนาแบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าควรมีการทำวิจัยเล็ก ๆ แทรกเข้าไปเพื่อรวบรวมความต้องการของลูกค้าให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งวิธีการก็สามารถทำได้ง่าย ๆ คือ ผู้สำรวจสามารถสอบถามถึงประสบการณ์จริงของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากเรา ทั้งที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ รวมถึงความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเราอาจไม่สามารถล่วงรู้เลยก็เป็นได้ นอกจากนี้เมื่อรวบรวมความต้องการของลูกค้าครบถ้วนแล้ว ผู้สำรวจยังสามารถนำมาผนวกรวมกับคำถามที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการอยากรู้ด้วยก็ได้

มุมมองหรือประสบการณ์จริงที่ลูกค้าได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ผ่านมา ถือได้ว่าเป็นช่องทางที่สำคัญในการประเมินศักยภาพของธุรกิจ ว่าธุรกิจประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากน้อยเพียงใด เป็นไปในทิศทางบวกหรือลบ โดยลักษณะของเหตุการณ์ที่สามารถนำไปตั้งเป็นหัวข้อในแบบสำรวจความพึงพอใจ ควรประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เหตุการณ์ควรมีลักษณะเฉพาะเจาะจง ไม่คลุมเครือ
2. เหตุการณ์ควรมีความหมาย หรือแสดงพฤติกรรมเพียงอย่างเดียว
3. อธิบายคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ หรือพฤติกรรมของผู้ขายหรือลักษณะการให้บริการได้อย่างชัดเจน

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าด้วยวิธีสอบถามจากประสบการณ์จริงของลูกค้า

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์เหตุการณ์หรือประสบการณ์จริงของลูกค้า โดยทำการสัมภาษณ์ลูกค้าเพื่อสอบถามถึงเหตุการณ์ หรือประสบการณ์ในการใช้สินค้าและบริการ ความคาดหวัง หรือคุณลักษณะที่ลูกค้าต้องการโดยใช้วิธีการสอบถาม ซึ่งสามารถทำได้หลายแบบ อาทิ สอบถามรายบุคคล การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม การสอบถามต่อหน้า หรือสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

จำนวนลูกค้าที่สัมภาษณ์ควรอยู่ในช่วง 10 – 20 ราย เพราะหากสัมภาษณ์ลูกค้าจำนวนน้อยรายเกินไป อาจทำให้ได้ข้อมูลไม่เพียงพอในการสร้างแบบสอบถาม และหากมากเกินไปก็จะทำให้ได้ข้อมูลซ้ำ ๆ กัน ทำให้เสียเวลาและงบประมาณโดยเปล่าประโยชน์ สำหรับแนวทางสอบถามลูกค้าแต่ละรายทำได้โดยการให้ลูกค้าพูดถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์จริงจากการใช้สินค้าและบริการในเชิงบวก ประมาณ 5 – 10 เหตุการณ์ และให้พูดถึงความรู้สึกในเชิงลบอีก 5 – 10 เหตุการณ์เช่นกัน

การสุ่มเลือกลูกค้าเพื่อสัมภาษณ์ ต้องสุ่มให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม และกระจายออกไปตามลักษณะลูกค้าที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการที่ครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้า และสามารถใช้เป็นตัวแทนของลูกค้าทั้งหมดได้ เมื่อลูกค้าเล่าถึงเหตุการณ์จากประสบการณ์ของตน หรืออธิบาย

ความคาดหวังต่าง ๆ ให้ฟัง หน้าที่ของผู้สำรวจคือรวบรวมข้อมูลเหล่านั้นแล้วเขียนถ่ายทอดเป็น ประโยคที่สมบูรณ์ ซึ่งข้อความที่สมบูรณ์ควรประกอบด้วย ประธาน + กริยา + คำคุณศัพท์ (Subject + Verb + Adjective/ Adverb) เช่น พนักงานให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม

เทคนิคการตั้งคำถามที่จะช่วยให้ได้ข้อความที่สมบูรณ์ คือ ใช้คำถามที่ขึ้นต้นด้วย Why กับ How เพื่อชักถามให้ได้รายละเอียดคุณลักษณะของสินค้า และพฤติกรรมในการให้บริการที่ชัดเจน ถ้าต้องการได้ข้อมูลที่แท้จริงของลูกค้า สิ่งที่ต้องระวัง คือ การตั้งคำถามขึ้นนำ เพราะการตั้งคำถามขึ้นนำจะเป็นการบิดเบือนข้อมูล ทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มตอบคำถามตามความต้องการของผู้สำรวจ

ควรระลึกเสมอว่า เหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ควรระบุอย่างเฉพาะเจาะจง และไม่ซ้ำกัน มีความชัดเจนไม่คลุมเครือ ลูกค้ามักจะตอบว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี ผู้สำรวจก็ต้องถามต่อให้ได้ประโยคที่สมบูรณ์ว่า ที่กล่าวว่าคุณภาพดีนั้น เพราะเหตุใด และดีอย่างไร หรือหากลูกค้าตอบว่าพนักงาน ให้บริการดี ก็ต้องซักต่อว่า ดีอย่างไร และมีเหตุการณ์ใดสนับสนุน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 จัดกลุ่มเหตุการณ์เพื่อหาหัวข้อความพึงพอใจเมื่อได้เหตุการณ์เพียงพอแล้ว อย่างเช่นได้สอบถามลูกค้ามาแล้ว 10 ราย แต่ละรายบรรยายถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ทั้งด้านบวกและลบที่ตนประสบมา รวมถึงความคาดหวังอื่น ๆ นอกเหนือจากบริการที่ได้รับจำนวน 20 เหตุการณ์ รวมเป็น 200 เหตุการณ์

ในขั้นตอนต่อไปเป็นการจัดกลุ่มเหตุการณ์เหล่านี้ให้เป็นหมวดหมู่ โดยจัดเหตุการณ์ที่ซ้ำกันออกไป และเมื่อได้กลุ่มหรือหมวดหมู่ของเหตุการณ์แล้วควรตั้งชื่อกลุ่มดังกล่าว ซึ่งต่อไปขอเรียกว่า หัวข้อความพึงพอใจ

หัวข้อความพึงพอใจแต่ละหัวข้อควรเป็นอิสระจากกัน มีความหมายชัดเจน และเฉพาะเจาะจงในการอธิบายเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น และควรรวมเอาเหตุการณ์ทั้งทางด้านบวกและลบเข้าด้วยกัน

กลุ่มเหตุการณ์จะสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการให้บริการ ขึ้นต่อไป คือ กำหนดชื่อหัวข้อความพึงพอใจ ซึ่งการกำหนดชื่อหัวข้อนั้นมีลักษณะเช่นเดียวกันกับการกำหนดเหตุการณ์ กล่าวคือ ต้องเป็นประโยคที่ประกอบด้วย ประธาน + กริยา + คำคุณศัพท์ (Subject + Verb + Adjective/ Adverb) หรือเป็นหัวข้อที่แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการ อาจจะคัดเลือกเหตุการณ์ในกลุ่มมาตั้งเป็นหัวข้อความพึงพอใจก็ได้

หัวข้อความพึงพอใจนี้จะไปปรากฏในแบบสำรวจความพึงพอใจเป็นหัวข้อคำถาม เพราะหากใช้ตัวเหตุการณ์เป็นหัวข้อคำถามก็คงจะถามได้ไม่หมด เพราะมีเหตุการณ์มากมาย ในขณะเดียวกัน หากใช้มิติคุณภาพเป็นหัวข้อคำถาม ซึ่งมักเป็น Keyword ที่มีความหมายกว้างเกินไปก็จะทำให้ไม่ได้รายละเอียด และไม่มีข้อมูลในการปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 3 จัดกลุ่มหัวข้อความพึงพอใจเพื่อหามิติคุณภาพ เมื่อผู้สำรวจสามารถจัดกลุ่มเหตุการณ์เข้าเป็นหมวดหมู่ หรือหัวข้อความพึงพอใจเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสุดท้าย ในทำนองเดียวกัน ให้จัดกลุ่มหัวข้อความพึงพอใจที่มีคุณลักษณะ หรือพฤติกรรมใกล้เคียงกันให้อยู่ในมิติคุณภาพเดียวกัน ซึ่งมีมิติคุณภาพที่ดีควรมีความหมายครอบคลุมหรือสะท้อนให้เห็นถึงหัวข้อความพึงพอใจทั้งหมดในกลุ่ม และตั้งชื่อมิติคุณภาพด้วยวลีสั้น ๆ ที่สื่อถึงมิติคุณภาพดังกล่าว

การตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมในการค้นหาความต้องการลูกค้าจากประสบการณ์จริง เนื่องจากวิธีการค้นหาความพึงพอใจลูกค้าจากประสบการณ์จริงหรือวิธีแบบ Bottom – up เป็นวิธีที่ใช้ประสบการณ์หรือความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ไม่มีทฤษฎีการตลาดใด ๆ มารองรับ ดังนั้นประเด็นที่ต้องตรวจสอบ คือ ความเหมาะสมในการจัดกลุ่ม และความครบถ้วนสมบูรณ์ของหัวข้อคำถาม สำหรับการตรวจสอบความเหมาะสมในการจัดกลุ่มเริ่มตั้งแต่จัดกลุ่มเหตุการณ์เป็นหัวข้อความพึงพอใจ และมิติคุณภาพ ในที่สุดเราจะทราบได้อย่างไรว่ากลุ่มเหตุการณ์และหัวข้อความพึงพอใจนั้นถูกต้องเหมาะสม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยทักษะความชำนาญของผู้สำรวจวิจัยพอสมควร ในทำนองเดียวกัน เราจะมั่นใจได้อย่างไรว่าการที่เราไปสัมภาษณ์ลูกค้า 10 – 20 ราย เบื้องต้นเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามนั้นเพียงพอหรือไม่ เราได้รับเหตุการณ์หรือความต้องการของลูกค้าครบถ้วนหรือยัง ยังมีความต้องการด้านใดที่เรายังค้นหาไม่พบอีกหรือไม่ ผู้เขียนมีวิธีการง่าย ๆ แต่ได้ผลดี ในการตรวจสอบประเด็นทั้งสองที่สำคัญคือไม่ต้องใช้สถิติวิเคราะห์ หรือคณิตศาสตร์ใด ๆ

การตรวจสอบความเหมาะสมในการจัดกลุ่ม เมื่อเราจัดกลุ่มเหตุการณ์ให้อยู่ในหัวข้อความพึงพอใจที่เหมาะสมแล้ว จะทราบได้อย่างไรว่าการจัดกลุ่มนั้นถูกต้องและเหมาะสม เราควรตรวจสอบง่าย ๆ ด้วยวิธีการดังนี้

1. กำหนดให้นักวิจัย 2 คน เป็นผู้ตรวจสอบ คนแรกเริ่มต้นทำตามขั้นตอนข้างต้น กล่าวคือ เริ่มจากจัดกลุ่มเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เป็นหัวข้อความพึงพอใจ และมิติคุณภาพ ตามลำดับ (ทำจากล่างขึ้นบน) เมื่อนักวิจัยคนแรกจัดกลุ่มไปจนได้มิติคุณภาพเรียบร้อยแล้ว ให้นักวิจัยคนที่สองทำจากบนลงล่าง กล่าวคือ เริ่มต้นจากมิติคุณภาพที่นักวิจัยคนแรกได้จัดกลุ่มและตั้งชื่อไว้แล้ว จากนั้นให้จัดเหตุการณ์เดิมเข้าไปใส่ในมิติคุณภาพที่มีอยู่ โดยดูที่ความเหมาะสมสอดคล้องของเหตุการณ์กับมิติคุณภาพว่าเหตุการณ์ใดควรอยู่ในมิติคุณภาพไหน

2. หาสัดส่วนความสอดคล้องในการจัดกลุ่ม (จำนวนเหตุการณ์ที่นักวิจัยทั้ง 2 คนเห็นตรงกันว่าอยู่ในมิติคุณภาพที่สอดคล้องกัน เทียบกับจำนวนเหตุการณ์ทั้งหมด) โดยสัดส่วนนี้สามารถมีค่าได้ตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าสัดส่วนนี้เข้าใกล้ 1 แสดงว่าการจัดกลุ่มมีความสอดคล้องกันดี นักวิจัยทั้ง 2 คนเห็นพ้องต้องกันว่ากรการจัดกลุ่มถูกต้องเหมาะสม ซึ่งมักมีการตั้งเกณฑ์ค่าสัดส่วนที่เหมาะสมไว้ที่ 0.8 หากต่ำกว่านั้นจะต้องทบทวนการจัดกลุ่มใหม่โดยใช้วิธี Consensus

การตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของหัวข้อคำถาม เพื่อเป็นการตรวจสอบว่าผู้สำรวจสามารถรวบรวมความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วนทุกด้านหรือไม่ การตรวจสอบในด้านนี้ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

1. ก่อนลงมือจัดกลุ่มเหตุการณ์ ให้สุ่มเลือกเหตุการณ์ออกมาเก็บไว้ต่างหาก ประมาณร้อยละ 10 โดยไม่นำไปจัดกลุ่มด้วย

2. จัดกลุ่มเหตุการณ์ร้อยละ 90 ที่เหลือ ให้เป็นหัวข้อความพึงพอใจและมิติคุณภาพตามลำดับขั้นตอน

3. เมื่อจัดกลุ่มเหตุการณ์เรียบร้อยแล้ว ให้นำเหตุการณ์ร้อยละ 10 ที่เก็บไว้ในขั้นตอนแรกไปใส่ในมิติคุณภาพที่ได้จัดกลุ่มไว้ในขั้นตอนที่ 2 โดยพิจารณาจากความเหมาะสมสอดคล้องของเหตุการณ์กับมิติคุณภาพ

หากมีเหตุการณ์ใดไม่สามารถจัดเข้าไปอยู่ในกลุ่มของมิติคุณภาพที่มีอยู่ได้ แสดงว่ายังรวบรวมความต้องการของลูกค้าได้ไม่ครบถ้วนทุกด้าน เนื่องจากมีเหตุการณ์ที่ไม่สามารถจัดเข้าพวกได้ ดังนั้นต้องสัมภาษณ์ลูกค้าเพิ่มเติม โดยมีหลักการง่าย ๆ คือ สัมภาษณ์ลูกค้าเพิ่มเติมจำนวน 5 ราย ต่อทุก ๆ เหตุการณ์ที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้

ตารางที่ 4 ขั้นตอนการค้นหาความต้องการของลูกค้า

วิธีกำหนดจากบนลงล่าง (Top – down Approach)	วิธีกำหนดจากประสบการณ์จริงของลูกค้า (Bottom – up Approach)
1. กำหนดมิติคุณภาพ - ค้นหาจากวารสารงานศึกษาวิจัย - จากประสบการณ์ของผู้ผลิต ผู้เชี่ยวชาญ	1. สัมภาษณ์เหตุการณ์หรือประสบการณ์ของลูกค้า - สัมภาษณ์ลูกค้าถึงเหตุการณ์และประสบการณ์จริง
2. ให้นิยามมิติคุณภาพ	2. เหตุการณ์ควรสะท้อนให้เห็นว่าสินค้าและบริการดีหรือไม่ อย่างไร
3. ให้อธิบายตัวอย่างเพื่ออธิบายมิติคุณภาพ - ตัวอย่างต้องระบุให้เห็นถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือพฤติกรรมของพนักงานได้ชัดเจน - ตัวอย่างต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ	3. แต่ละเหตุการณ์ควรสะท้อนให้เห็นเพียงตัวอย่างเดียว
	2. จัดกลุ่มเหตุการณ์ - จัดกลุ่มเหตุการณ์ที่มีความใกล้เคียงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 4 (ต่อ)

วิธีกำหนดจากบนลงล่าง (Top – down Approach)	วิธีกำหนดจากประสบการณ์จริงของลูกค้า (Bottom – up Approach)
	<p>3. กำหนดหัวข้อความพึงพอใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - หัวข้อความพึงพอใจแต่ละหัวข้อควรชัดเจน เฉพาะเจาะจง มีใจความเดียว <p>4. จัดกลุ่มหัวข้อความพึงพอใจ และกำหนดมิติ คุณภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดกลุ่มหัวข้อความพึงพอใจที่ใกล้เคียงกันให้อยู่ในมิติคุณภาพ - ความต้องการของลูกค้าต้องมีความหมายครอบคลุมหัวข้อความพึงพอใจทุกหัวข้อในกลุ่ม <p>5. ตรวจสอบความถูกต้องของการจัดกลุ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - อาศัยผู้เชี่ยวชาญ 2 คน ในการตัดสิน - คำนวณหาสัดส่วนความสอดคล้อง <p>6. ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของหัวข้อ คำถาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ก่อนจัดกลุ่มเหตุการณ์ ให้ดึงเหตุการณ์ออก 10 เปอร์เซ็นต์ - นำเหตุการณ์เข้าไปใส่ในกลุ่มความต้องการลูกค้า ดูว่ายังมีเหตุการณ์ที่ไม่สอดคล้องหรือไม่

การเปรียบเทียบวิธีการค้นหาความต้องการของลูกค้าทั้งสองวิธีมีข้อสังเกตที่น่าสนใจ 2 ประการ คือ 1) หากค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยใช้วิธีแบบ Top – down ผลลัพธ์ที่ได้ คือ คำถามที่ประภูในแบบสอบถาม จะมีลักษณะการถามตามแผนงาน หรือโครงสร้างหน้าที่ของงาน เช่น ถ้าเป็นร้านอาหารก็จะแยกตามแผนกห้องครัว แผนกต้อนรับ แผนกบิล และแผนกทำความสะอาด ซึ่งผู้สำรวจมักรวบรวมคำถามจากแผนกต่าง ๆ เหล่านี้มาบรรจุลงในแบบสอบถาม ลักษณะการตั้งคำถามแบบนี้มีให้เห็นมานานและเป็นที่นิยมในอดีต และ 2) ในขณะที่ค้นหาความต้องการของลูกค้าด้วยประสบการณ์จริง หรือแบบ Bottom – up ลักษณะของคำถามที่ได้จะเป็นเหตุการณ์จริงที่ลูกค้าส่วนใหญ่ประสบ เป็นมุมมองภายนอก ซึ่งลูกค้าไม่สามารถทราบเลยว่าองค์กรหรือหน่วยงาน

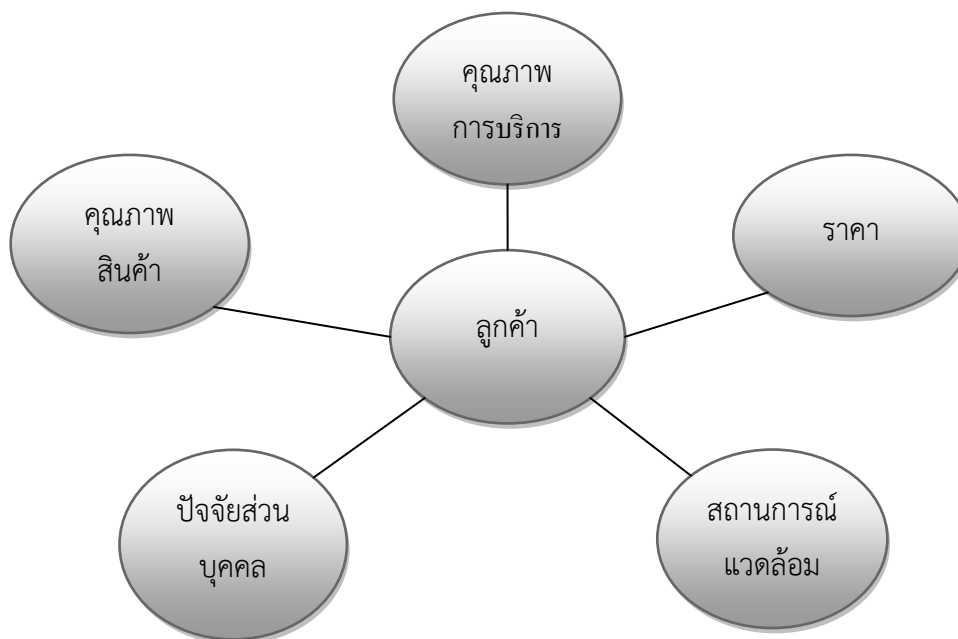
จะจัดระบบการบริหารภายในอย่างไร สิ่งที่ถูกค่าสนใจและต้องการคือคุณภาพของสินค้าหรือบริการ
ขั้นปลาย (Final Product) หรือสิ่งที่เขาต้องประสบพบเจอ เริ่มตั้งแต่การจอดรถ บรรยากาศที่ร้าน
พนักงานให้บริการดี อาหารอร่อย เป็นต้น เพราะฉะนั้น คำถามที่ได้จากสองวิธีนี้จึงแตกต่างกัน
อย่างชัดเจน กล่าวคือคำถามที่มีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่ถูกค่าพบเจอจริง ๆ เป็นประจำ ผู้ตอบจะรู้
และเข้าใจดีกว่า และสอดคล้องกับความเป็นจริงมากกว่า

ทั้งสองวิธีนี้ไม่มีวิธีไหนผิดหรือถูกต้องร้อยเปอร์เซ็นต์ ในอดีตนักการตลาด หรือผู้บริหาร
ความพึงพอใจมักจะใช้วิธีแรกในการสำรวจ แต่ในระยะหลังเริ่มเรียนรู้ว่าวิธีดังกล่าวยังไม่เพียงพอที่จะ
เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ครบถ้วน จึงเริ่มมีการใช้วิธีแบบที่สอง ซึ่งจะเข้าถึงลูกค้าได้
ดีกว่า และหากจะให้ดีควรใช้ทั้งสองวิธีร่วมกันโดยเริ่มต้นด้วยวิธีแบบ Bottom – up ทำตามขั้นตอน
ข้างต้น คือสัมภาษณ์เหตุการณ์และประสบการณ์ จากนั้นนำมาจัดกลุ่มแล้วตั้งหัวข้อความพึงพอใจ
และมิติคุณภาพตามลำดับ ต่อมาจึงเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการสอบถามเพิ่มเติม รวมถึง
สอบถามผู้เชี่ยวชาญ นักการตลาด ว่าควรเพิ่มเติมคำถามอะไรบ้าง ด้วยวิธีนี้จะทำให้ได้หัวข้อความ
พึงพอใจที่ครบถ้วน ทั้งจากมุมมองของลูกค้า ผู้ผลิต และผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ยังมีมุมมองอีกมุมมองหนึ่ง คือ สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้าจาก
คำถามของผู้บริหารระดับสูง หรือผู้บริหารที่มีหน้าที่ดูแลด้านลูกค้าสัมพันธ์ ข้อมูลจากแหล่งดังกล่าว
ถือได้ว่ามีความสำคัญไม่แพ้มุมมองของลูกค้าและผู้ให้บริการ เพราะผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ผลักดัน
โครงการสำรวจ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในอนาคต โดยใช้ข้อมูลหรือผลจากการสำรวจ ดังนั้น
การมีส่วนร่วมและการผลักดันของผู้บริหารถือเป็นสิ่งจำเป็น บางครั้งสิ่งที่ผู้บริหารต้องการรู้อาจไม่
เหมือนกับมุมมองของลูกค้าหรือผู้ให้บริการก็เป็นได้ และที่สำคัญการมีส่วนร่วมของผู้บริหารตั้งแต่ต้น
ถือเป็นพันธะสัญญาแก่โครงการสำรวจที่มีความหมายอันจะนำโครงการสำรวจไปสู่ความสำเร็จต่อไป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าจะทำให้เราทราบว่าควรพิจารณา
ที่ปัจจัยใดบ้างในการที่จะทำการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข และหาทางป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะกระทบ
ต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อลดความรู้สึกไม่พอใจให้น้อยที่สุด และเพิ่มความพึง
พอใจสูงสุด ซึ่งเราสามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ประการ ได้แก่
คุณภาพการบริการ ราคา สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพสินค้าที่ใช้ร่วมกับ
การบริการ



ภาพที่ 12 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549, หน้า 156)

คุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐานที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้ ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าจะวัดจากสิ่งที่มองเห็นได้ในการบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และ การเอาใจใส่ (Empathy) ลูกค้ามักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวัง หากคุณภาพของบริการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะมองหาบริการจากคู่แข่งชั้นของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาครั้งต่อไป

ราคา (Price)

ราคาเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของบริการ ลูกค้าจะคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับคุณภาพเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่เขาจ่ายไป โดยเปรียบเทียบคุณค่าของบริการที่เขาได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของบริการ ก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่เขาคิดว่าเหมาะสมกับมูลค่าเงินที่เขาจ่าย โดยเฉพาะเมื่อมีบริการรูปแบบเดียวกันมาให้เปรียบเทียบก็จะกลายเป็นความไม่พึงพอใจ ดังนั้นการตั้งราคาจึงควรพิจารณาให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความคาดหวังของลูกค้า และการแข่งขัน

สถานการณ์แวดล้อม (Environment)

ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่กระทบต่อผู้บริโภค ข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ การบอกต่อของลูกค้ารายอื่น ๆ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง ล้วนส่งผลต่อความนึกคิดและความรู้สึกในการตัดสินใจของลูกค้าทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความเข้าใจต่อการบริการ และอารมณ์ของลูกค้าในขณะที่รับบริการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความลำเอียงในการประเมินคุณภาพการบริการ และส่งผลให้ประเมินคุณภาพต่ำกว่าที่เป็นหรือรู้สึกจริง ๆ

คุณภาพสินค้า (Goods Quality)

ส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การบริการมีคุณภาพดี คือ สินค้าที่ใช้ควบคู่กับการบริการ การบริการที่มีคุณภาพและลูกค้าพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีควบคู่ไปกับการให้บริการ เช่น ในร้านทำผมเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีในการให้บริการ ร้านอาหารที่เลือกใช้วัตถุดิบที่ดี หรืออยู่ช่อมอเตอร์ที่เลือกใช้อะไหล่ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการบริการจำเป็นต้องใช้สินค้าที่มีมาตรฐานที่ดีมาใช้ควบคู่กัน ไม่มีลูกค้ารายใดที่ต้องการสินค้าคุณภาพต่ำในการบริการที่ตนเองจะได้รับ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาเลือกใช้แต่สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ไม่นำของเก่าหรือของหมดสภาพการใช้งานมาใช้กับลูกค้า เพราะถ้าลูกค้ารู้ ไม่เพียงแต่จะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่จะไม่กลับมาใช้อีก และยังจะบอกต่อถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีของธุรกิจนั้น ๆ อีกด้วย

การจัดการความพึงพอใจของลูกค้า

สิ่งที่สำคัญในการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า คือ นักการตลาดต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้

1. คุณภาพที่ลูกค้าต้องการจากการบริการของเราในปัจจุบัน ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพของการบริการในปัจจุบัน เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้
2. คุณภาพใหม่ที่ลูกค้าให้ความสนใจ คำตอบที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการ เพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต
3. คุณภาพของคู่แข่งที่เหนือกว่าในสายตาของลูกค้าจะทำให้ทราบว่ายังมีจุดอ่อนด้านใดบ้าง เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงกว่า หรืออย่างน้อยเท่าเทียมกับที่คู่แข่งทำได้ เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และดึงลูกค้าจากคู่แข่ง
4. ขั้นตอนการตัดสินใจของลูกค้า คำตอบที่ได้จะช่วยให้เราสามารถมองเห็นภาพของกระบวนการในการตัดสินใจของลูกค้า และสามารถหาวิธีการในการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม

5. ต้นทุนในการซื้อและใช้บริการ เมื่อได้รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายไปกับการซื้อและใช้บริการ จะทำให้เราสามารถนำมาเป็นแนวทางในการควบคุมให้ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เป็นต้นทุนของลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพยายามลดต้นทุนของลูกค้า

6. สิ่งที่จะช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของลูกค้าดีขึ้น คำตอบที่ได้จะถูกนำไปเป็นเกณฑ์ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของลูกค้ำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และจะกลายเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้า เนื่องจากการเป็นลูกค้ำของเราช่วยให้พวกเขาทำงานได้ดี ลูกค้ำเหล่านั้นก็จะไม่คิดเปลี่ยนไปสู่การบริการอื่น ๆ เช่น บริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับทำชิ้นส่วนให้แก่บริษัทฮาร์เลย์ เดวิดสัน ที่ศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานและผลิตภัณฑ์ของลูกค้าดีขึ้น ซึ่งเกิดผลประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายในระยะยาว และเกิดความจงรักภักดี

7. แผนงานของลูกค้าในอนาคต คำตอบที่ได้จะช่วยให้ทราบและเตรียมแผนในการพัฒนาและนำเสนอสิ่งที่คาดว่าลูกค้าต้องการในอนาคตก่อนที่จะคู่แข่งจะสามารถสร้างสรรค้ได้

8. แนวโน้มของรสนิยมของลูกค้า การรักษาระดับการบริการให้อยู่ในรูปแบบเดิมอาจช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาระดับของกลุ่มลูกค้าและรายได้ในระดับหนึ่ง แต่การไม่พัฒนาสิ่งใหม่จะกลายเป็นการทำลายตนเองอย่างช้า ๆ เนื่องจากในขณะที่เราหยุดอยู่กับที่ คู่แข่งขั้นได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บริการของเราก็จะกลายเป็นความล้าหลัง การศึกษาแนวโน้มของรสนิยมลูกค้าอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้ และจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างต่อเนื่อง

การตอบคำถามดังกล่าวจะทำให้เราทราบว่า สิ่งที่เราต้องมองหา สิ่งที่เราต้องระวัง และสิ่งที่ลูกค้าได้รับ สามารถตอบสนองต่อความต้องการและลูกค้ามีความพึงพอใจแล้วหรือยัง เพื่อที่จะนำมาพัฒนา ปรับปรุง และตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยการพยายามมองหาช่องว่างในสิ่งที่เรามอบให้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการหาข้อบกพร่องและแก้ไข ซึ่งอาจมาจากประสิทธิภาพในการทำงานของเราเองไม่ได้ หรือโดยความคาดหวังของลูกค้าเปลี่ยนแปลง เราจะต้องพิจารณาว่าจะหาทางออกของปัญหานั้นอย่างไร จะยุติบริการนั้น จะพัฒนาบริการเพื่อเติมเต็มช่องว่าง หรือจะสร้างรูปแบบบริการใหม่

การวัดระดับความพึงพอใจ

ในหลาย ๆ ประเทศได้เริ่มมีการสร้างรูปแบบ มาตรฐานการวัดความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค กล่าวคือ เริ่มต้นตั้งระดับภาคธุรกิจที่นำผลการวัดความพึงพอใจของลูกค้าไปใช้พัฒนาสินค้าและระบบการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ส่วนในระดับประเทศนั้นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าในอุตสาหกรรมใด

อุตสาหกรรมหนึ่งนั้นเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการอุปโภคบริโภคของประชากร อัตราการจ้างงาน และผลประกอบการของธุรกิจ และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต

ความสำคัญของการวัดความพึงพอใจ

ในการดำเนินธุรกิจใด ๆ นั้นย่อมมีเป้าหมายที่คล้ายคลึงกันในด้านกำไรยอดขายที่สูง และในขณะเดียวกันต้นทุนต่ำหรืออยู่ในระดับเหมาะสม หากพิจารณาในเรื่องของยอดขายนั้น ความสามารถในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญ และเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจมีความสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เพราะการที่เรามีทั้งคู่แข่งปัจจุบันและคู่แข่งรายใหม่ ทำให้สินค้าและบริการต้องมีการพัฒนาอุปลักษณะ คุณภาพ ในขณะที่สงครามราคาก็เป็นไปอย่างดุเดือด ลูกค้าจึงได้ประโยชน์จากการมีข้อเปรียบเทียบที่ลูกค้าสามารถเลือกได้ ด้วยเหตุนี้หากบริษัทยังสามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ย่อมเป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิม และในขณะเดียวกันยังเป็นการเรียกลูกค้ารายใหม่ได้จากกระแสการบอกต่อหรือการแนะนำให้คนรอบข้างได้

แนวทางในการวัดความพึงพอใจ สามารถดำเนินการได้โดยมีแนวทางดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ให้ชัดเจน เช่น หากต้องการทราบความพึงพอใจเพื่อนำมาใช้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ก็สามารถทำในรูปแบบการวิจัยเก็บข้อมูล แต่หากต้องการนำไปใช้ในระยะเวลา คือ เพื่อเปรียบเทียบความพอใจระหว่างคู่แข่ง บริษัทสาขา หรือระหว่างหน่วยงานผลิตภัณฑ์ สามารถทำในรูปแบบการพัฒนาเป็นดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index) ซึ่งในการพัฒนาเป็นดัชนีนี้จะต้องกำหนดกรอบและเกณฑ์การประเมินที่สามารถนำไปใช้เปรียบเทียบกันได้ แม้ว่าจะอยู่ในประเภทธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ต่างกันก็ตาม
2. กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้า ควรกำหนดว่าจะใช้ปัจจัยใดมาเป็นตัวชี้วัดคะแนนความพึงพอใจโดยรวมและควรให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยเท่าใด ซึ่งก่อนที่จะกำหนดปัจจัยควรทำการประเมินก่อนว่าได้กำหนดปัจจัยที่มีความสำคัญครบถ้วนแล้ว และไม่มีกำหนดปัจจัยซ้ำซ้อน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ คือ

2.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) เกิดได้จากประสบการณ์ในการใช้สินค้าและบริการ ข้อมูลที่ได้รับรู้ผ่านสื่อ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขาย สามารถมองได้สองมุมมองคือ ประสบการณ์การบริโภคที่มีต่อการเสนอสินค้าและบริการขององค์กร มุมมองนี้ดีรวมถึงข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ เช่น การโฆษณาและการบอกต่อ อีกมุมมองหนึ่งคือการพยากรณ์ความสามารถของผู้จัดส่งวัตถุดิบในการนำเสนอคุณภาพที่เสมอต้นเสมอปลายในอนาคต ความคาดหวังของตลาดส่งผลทางบวกโดยตรงต่อการประเมินประสิทธิภาพขององค์กร

2.2 คุณภาพในสายตาผู้บริโภค (Perceived Quality) เกิดจากคุณภาพโดยรวม ความเชื่อถือ ความคงทน และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นคุณภาพหรือประสิทธิภาพ

ของสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้ ตัวแปรนี้จะบอกถึงการประเมินของตลาดเพื่อวัดประสบการณ์การบริโภค ตัวแปรนี้ส่งผลทางบวกโดยตรงต่อความพึงพอใจโดยรวมในการวัดคุณภาพสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้ จะพิจารณา 2 องค์ประกอบ คือ 1) การปรับเปลี่ยน (Customization) หมายถึง การปรับเปลี่ยนด้านใด ๆ ซึ่งเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค และ 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง สิ่งที่องค์กรเสนอต่อผู้บริโภคนั้นเป็นไปตามมาตรฐาน

2.3 คุณค่าหรือความนิยมในสายตาของผู้บริโภค (Perceived Value) คือคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ เกิดได้จากความพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน และความพอใจต่อคุณภาพ ณ ราคาปัจจุบัน หมายความว่าระดับการรับรู้ในคุณค่าของผู้บริโภคเทียบกับราคาที่จ่ายไป เป็นการพิจารณาค่าส่วนเพิ่มที่องค์กรใส่ลงไปในสินค้าหรือบริการผสมผสานกับข้อมูลด้านราคา เพื่อเพิ่มความสามารถในการเปรียบเทียบระหว่างองค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม สำหรับคุณภาพสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้ เราคาดหวังความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ในคุณค่าที่เพิ่มขึ้นและความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้หากความคาดหวังของลูกค้ากับคุณค่าและคุณภาพของสินค้าเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน จนส่งผลเชิงบวกให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแล้ว ปัจจัยที่ตาม 2 ประการ คือ 1) การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints) หากลูกค้าเกิดความพึงพอใจการร้องเรียนของลูกค้าย่อมลดลง รวมถึงมีการเพิ่มขึ้นของความจงรักภักดี และ 2) ความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ (Customer Loyalty) หากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจย่อมเกิดการร้องเรียนมากขึ้น และยังส่งผลให้เกิดการลดลงของความจงรักภักดีอีกด้วย

3. กำหนดกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด หากเป็นการวัดในเชิงปริมาณ ส่วนใหญ่นิยมกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดในรูปแบบของการให้คะแนนเป็น Likert Scale ระดับคะแนนที่นิยมใช้มากที่สุดคือ คะแนนตั้งแต่ 1 – 5 หรือ 1 – 3 การกำหนดคะแนนเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเช่นกัน หากคะแนนมีระยะห่างกันน้อย เช่น 1 – 5 หรือ 1 – 3 และผู้ตอบให้คะแนนความพึงพอใจต่างกัน ก็จะทำให้ปัจจัยนั้นมีคะแนนเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมาก แต่หากคะแนนมีระยะห่างมาก เช่น 1 – 10 และผู้ตอบให้คะแนนความพึงพอใจต่างกัน เช่น ส่วนใหญ่ให้คะแนน 7 – 10 ในขณะที่ส่วนที่เหลือให้คะแนนประมาณ 2 -3 จะทำให้คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยนั้นถูกดึงลงมาต่ำ ทั้ง ๆ ที่ส่วนใหญ่ให้คะแนนมากก็ตาม

4. กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การทำวิจัยในเชิงปริมาณ และคุณภาพ ซึ่งทั้ง 2 วิธีนี้ องค์กรสามารถทำได้ด้วยตนเอง หรือจ้างบริษัทวิจัยทางการตลาด หากองค์กรนั้นไม่มีความชำนาญในการทำวิจัยด้วยตัวเองควรติดต่อองค์กรที่ให้บริการวิจัยทางการตลาด เพราะหากทำโดยไม่มีความรู้ด้านนี้เลยอาจได้ผลที่ผิด และไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หรือก่อให้เกิดความเสียหายเมื่อนำไปใช้จริง

ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการให้บริการประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการของแต่ละบุคคล ดังนั้น การวัดระดับความพึงพอใจ สามารถกระทำได้หลายวิธีต่อไปนี้

1. การสังเกต (Observe) เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการ และหลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน โดยผู้จัดทำต้องเฝ้าดูปรากฏการณ์ที่น่าสนใจจากกลุ่มตัวอย่าง และบันทึกสิ่งที่พบเห็นไว้อย่างเป็นระบบ การสังเกตอาจทำอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ และสามารถใช้อุปกรณ์อื่นช่วยในการบันทึกได้ เช่น Check List และ Rating Scale

2. การสัมภาษณ์ (Interview) ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง

2.1 การสัมภาษณ์รายบุคคล (Personal Interview) เป็นที่นิยมในการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพมากกว่าข้อมูลเชิงปริมาณ เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลเชิงลึกรวมถึงความรู้สึกได้

2.2 การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เป็นการสัมภาษณ์แบบกลุ่มรูปแบบหนึ่ง โดยการกำหนดหัวข้อให้กลุ่มพิจารณาและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน โดยมี Facilitator เป็นผู้ดำเนินรายการอภิปราย

3. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด เป็นการสอบถามโดยแบบฟอร์มที่พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบ ผ่านการตรวจสอบทางสถิติ ถือเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

จะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้

ภายหลังการเก็บข้อมูลผ่านทางเครื่องมือดังกล่าวข้างต้นแล้ว ต้องนำข้อมูลที่ได้รับมาผ่านกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. Basic Data Analysis คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เช่น การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ จากนั้นแสดงผลในรูปแบบตาราง หรือแผนภูมิ

2. Customer Satisfaction Index เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การตรวจติดตามความพึงพอใจลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ผู้บริการและพนักงานทราบผลการปฏิบัติงานของตนเองตลอดเวลา การจัดทำดัชนีชี้วัดความพึงพอใจขององค์กรทำได้โดยการรวบรวมคะแนนจากการประเมินในทุก ๆ ด้านให้รวมอยู่ในค่าเฉลี่ยที่สะท้อนความพึงพอใจโดยรวม และกำหนดให้ค่าความพึงพอใจในปีก่อนเท่ากับ 100

3. Gap Analysis คือ การประเมินความพึงพอใจเทียบกับความสำคัญในสายตาของลูกค้า ซึ่งจากการวิเคราะห์หาช่องว่างนี้จะทำให้ทราบว่าอะไรคือจุดแข็งของธุรกิจในอนาคตของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถลำดับความสำคัญของงานที่ควรปรับปรุงก่อนหลังได้อย่างถูกต้อง และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

จารีรัตน์ ดาวสวย (2555) ได้วิจัยเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพหุภาคีกับหัวหน้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปรากฏว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในพหุภาคีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพหุภาคีโดยรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับดี 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของพหุภาคีและหัวหน้าด้านความรู้สึกและด้านความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับดี 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในพหุภาคีและหัวหน้าในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ และ 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพหุภาคีและหัวหน้าโดยรวมอยู่ในระดับดี

ปัญญา ผันดอนคู่ (2555) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการก่อสร้างและซ่อมแซมถนนในตำบลหินดาดอำเภอตาบ่เขต จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการเดินทางของประชาชนในตำบลหินดาด จากการใช้งบประมาณในการก่อสร้างและซ่อมแซมถนนขององค์การบริหารส่วนตำบลหินดาด และงบประมาณจากหน่วยงานอื่น ๆ การศึกษานี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความพึงพอใจในด้านข้อมูลการให้บริการ การอำนวยความสะดวก การบำรุงรักษาคุณภาพของถนน การจัดการก่อสร้างและซ่อมแซมถนน ความปลอดภัย และการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่าประชาชนมีความพึงพอใจด้านการจัดการก่อสร้างและซ่อมแซมถนนอยู่ในระดับมาก ในขณะที่มีความพึงพอใจด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษานี้ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการทำงานขององค์การบริหารส่วนตำบลหินดาดต่อไป

กิตติวัฒน์ วัฒนานันทวัฒน์, ศราวุธ โชคชัยวรรณ์, เบญจวรรณ สร้างนิทร และสมชาย ชูณรัมย์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบังในการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์กรมศุลกากร 5 ปี (2551 – 2555) ผลการศึกษาปรากฏว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์ของกรมศุลกากร 5 ปี (2551 – 2555) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนามาตรฐานทางศุลกากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ด้านการพัฒนาศักยภาพการควบคุมทางศุลกากรด้วยมาตรฐานสากล ด้านการบริหารจัดการระบบจัดเก็บภาษีอากรโดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ส่วนในด้านยุทธศาสตร์

การพัฒนากระบวนการให้เป็นมาตรฐานโลกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2557) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ปรากฏว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพอใจ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพอใจ และ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3 ตัวแปร คือ ทะเล และชายหาด การคมนาคม และตัวแปรอื่น ๆ นอกจากนี้ยังได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวโดยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถและการจัดระเบียบการจอดรถ การปรับภูมิทัศน์ การขยายถนนสำหรับคนเดิน และราคาอาหาร เป็นต้น

สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา (2558) ได้ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนโครงข่ายถนนฯ ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวม ด้านลักษณะของถนนและทางจักรยาน ปรากฏว่า ผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ พึงพอใจในลักษณะของถนนเฉลิมบูรพาชลทิตอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่อง 1) ผิวถนนเรียบ ไม่ขรุขระ ขับขี่สะดวก 2) ถนนกว้างขวาง ขับขี่ได้สะดวก ปลอดภัย 3) มีเครื่องหมายจราจรบนผิวทางเหมาะสมและชัดเจน 4) มีทัศนียภาพสองข้างถนนเป็นระเบียบและสวยงาม 5) ถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนโครงข่ายถนนฯ ด้านจุดพักรถพบว่า ผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้เสียมีความพึงพอใจต่อจุดพักรถอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่อง 1) จุดพักรถกว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ 2) ภูมิทัศน์สะอาด สวยงาม ส่วนในเรื่องที่ผู้ใช้ถนนมีความพึงพอใจด้านจุดพักรถในระดับปานกลาง ได้แก่เรื่อง 1) จุดพักรถมีห้องน้ำบริการเพียงพอ และสะอาด 2) มีความปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ 3) มีสินค้าวางจำหน่ายตรงตามความต้องการ 4) ราคาเหมาะสม และ 5) มีจุดแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนโครงข่ายถนนฯ ด้านจุดชมวิว พบว่า ผู้ใช้ถนนมีความพึงพอใจในเรื่อง 1) จุดชมวิวเหมาะสม สะอาด และสวยงาม 2) มีที่จอดรถเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ใช้ถนนมีความพึงพอใจด้านจุดชมวิวในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) ร้านค้า ณ จุดชมวิว 2) กีดขวางทางเดินท่องเที่ยว 3) ขยะสกปรก และ 4) ที่นั่งพักผ่อน

Rajaratnam, Munikrishnan, Sharif, and Nair (2014) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์ในการดูแลนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชนบทของประเทศมาเลเซีย ปรากฏว่า คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ

ความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้จากการรับรู้ด้านคุณภาพการให้บริการที่สูงขึ้น และยังมีความสอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการ ด้วยการวัดความพึงพอใจมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดการปรับปรุงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชนบทได้ นอกจากนี้การศึกษาครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นว่า การสร้างคุณภาพการให้บริการจะต้องสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

Altunel and Erkut (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในนครอิสตันบูล: ผลจากประสบการณ์และความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว กับความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมและความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นมาท่องเที่ยว ผลการศึกษาปรากฏว่า คุณภาพ ประสบการณ์ และความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว เป็นสื่อกลางที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม และความตั้งใจ ที่จะแนะนำผู้อื่นมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Choovanichchannon (2015) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยปรากฏว่า มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียงลำดับจากสูงไปต่ำ ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวปลายทางจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องไม่ซ้ำกันในมรดกทางวัฒนธรรม 3) สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาดและถูกสุขอนามัย 4) สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีห้องน้ำสาธารณะที่เพียงพอต่อความต้องการและพร้อมใช้งาน และ 5) สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีราคาที่เหมาะสม

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงมากที่สุด เนื่องจากความพึงพอใจนั้นจะเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการว่าดีหรือไม่ หากผู้ให้บริการมีความพึงพอใจย่อมแสดงว่าสินค้าหรือการบริการนั้นมีคุณภาพ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการอยากใช้สินค้าหรือบริการนั้นอีก

ตอนที่ 3 ความเชื่อมั่นและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความเชื่อถือ ความเชื่อใจ ความไว้วางใจ ความมั่นใจ ซึ่งความเชื่อมั่นเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับองค์กร หากคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการวางแผนและแก้ปัญหา มีส่วนร่วมในการคิดหาแนวทางต่าง ๆ จะทำให้มีความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังได้มีผู้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นไว้หลายความหมาย ดังนี้

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2552) กล่าวว่า ความเชื่อมั่น หมายถึง ความไว้วางใจต่อความรู้สึกและการกระทำที่แสดงออกของบุคคลที่แสดงถึงความมั่นใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนต่อบุคคล และองค์การ

สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (2555) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นจากบุคคลหรือองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ความสามารถในการบริหารจัดการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคม อันอาจกล่าวได้ว่า เป็นความคาดหวังในทางบวกที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร

Robbins (2005) กล่าวว่า ความเชื่อมั่น หมายถึงความไว้วางใจ เป็นความคาดหวังในทางบวกต่อบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ หรือการตัดสินใจที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส

Wikipedia (2015) ให้ความหมายของความเชื่อมั่นไว้ว่า ความเชื่อมั่น เป็นคำที่มีหลากหลายความหมายและสามารถพิจารณาได้หลากหลายแง่มุม เช่น การที่บุคคลหนึ่งมีความเชื่อมั่นในการกระทำของอีกบุคคลหนึ่งในสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งผู้ที่มีความเชื่อมั่นต่อผู้ใดผู้หนึ่ง จะไม่เข้าไปควบคุมการกระทำใดๆ ของผู้ที่ได้รับความเชื่อมั่น ทำให้ผู้ที่ให้ความเชื่อมั่นนั้นอาจไม่แน่ใจว่าผลลัพธ์ที่เกิดจากการกระทำของผู้ที่ได้รับความเชื่อมั่นจะเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ทำได้เพียงประเมินว่าผู้ที่ให้ความเชื่อมั่นจะคาดหวังกับผู้ที่มีความเชื่อมั่นมากน้อยเพียงใด ดังนั้นความเชื่อมั่นจึงเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่จะผิดหวังหรือข้อผิดพลาดที่เกิดจากผู้ที่มีความเชื่อมั่นไม่ทำตามที่คาดหวังไว้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นอาจเป็นมุมมองความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรืออาจเป็นความสัมพันธ์ภายในกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มก็ได้ เช่น ครอบครัว เพื่อน ชุมชน องค์กร บริษัท เป็นต้น

จากความหมายของความเชื่อมั่นสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกไม่ว่าจะเป็นความไว้วางใจ ความเชื่อใจ หรือความคาดหวังในแง่บวกของบุคคล ๆ หนึ่งที่มีต่อบุคคล องค์กร หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามที่ได้คาดหวังไว้ ความเชื่อมั่นจะเพิ่มขึ้นเมื่อความคาดหวังในแง่บวกได้รับการสนองตอบ หรือเป็นจริง แต่ความเชื่อมั่นจะลดลงหากความคาดหวังในแง่บวกนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรือตอบสนองได้ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง

ความสำคัญของความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่นหรืออาจเรียกว่าความเชื่อถือไว้วางใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการทำงาน โดยเฉพาะความเชื่อถือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือประชาชนต่อการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ ย่อมส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการ เนื่องจากหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนขาดความเชื่อมั่นในหน่วยงานภาครัฐแล้ว หน่วยงานภาครัฐนั้นก็จะไม่มีความสำคัญและขาดการสนับสนุน นอกจากนี้จะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมมือ การประสานงาน การร่วมปฏิบัติงาน ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประชาชนไว้วางใจ จึงเป็นปัจจัยสำคัญ อันจะส่งผลต่อการทำงานของหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างมาก ระดับความน่าเชื่อถือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือประชาชนที่มีต่อรัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐ อาจแตกต่างกันตามลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์ และระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน รวมถึงลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานของภาครัฐนั้น ๆ ดังนั้น เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงประชาชนเกิดความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของรัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐ รัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐนั้น จะต้องปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยมีพื้นฐานการทำงานอยู่บนหลักธรรมาภิบาลหรือหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

ความเชื่อมั่นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้องค์กรดำรงอยู่และประสบผลสำเร็จ เนื่องจากการทำงานร่วมกันต้องพึ่งพาอาศัยกัน ทั้งนี้ แนวโน้มในปัจจุบันมีความหลากหลายขององค์ประกอบในการทำงานร่วมกันมากขึ้น ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจกันระหว่างสมาชิกในองค์กรจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจเป็นแหล่งทรัพยากรที่มาจากความร่วมมือเป็นพื้นฐานและความไว้วางใจซึ่งกันและกันของบุคคลในองค์กรก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กร ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจเปรียบเสมือนหมุดหรือสลักที่ยึดส่วนต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน และสามารถเอื้ออำนวยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายพร้อมกับความเจริญเติบโตขององค์กร หากองค์กรใดปราศจากความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจของบุคคลในองค์กรจะทำให้เสียเวลา เสียทรัพยากรในการบริหารจัดการเป็นจำนวนมาก จนกว่าองค์กรจะประสบผลสำเร็จได้ ซึ่งความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจมีความสำคัญในหลายทางและเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นในทุกประเภทในสัมพันธภาพของมนุษย์ ซึ่งยังส่งผลให้เกิดความราบรื่นและเกิดคุณค่าในการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ในวิธีการที่มีประสิทธิภาพ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2552)

การสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร

ความเชื่อมั่นเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับองค์กร แต่จะสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นภายในองค์กรได้อย่างไร ซึ่งความเชื่อมั่นนั้นต้องเกิดจากตัวพนักงานขององค์กรว่าพนักงานมีความเชื่อมั่นในตัวองค์กรหรือไม่ โดยมีวิธีการสร้างความเชื่อมั่นดังนี้

1. การให้ผู้บริหาร หรือหัวหน้า เป็นแบบอย่างให้กับพนักงาน สิ่งแรกที่ผู้บริหาร หรือหัวหน้าควรทำ คือ การรักษาสัญญา พูดไปแล้วต้องทำให้ได้ ไม่ว่าสัญญานั้นจะเล็กน้อยสักเพียงไหน
2. การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร การแบ่งปันข้อมูลให้กับคนภายในองค์กรได้ทราบ เปรียบเสมือนการให้สิทธิพิเศษกับคนเหล่านี้ โดยเฉพาะคนที่อยู่ในระดับเดียวกันควรได้รับข้อมูลที่เหมือนกันหรือเท่าเทียมกัน หากคนที่ไม่ได้รับข้อมูล และรู้สึกหัวหน้าไม่ไว้วางใจเขา เขาก็จะไม่ให้ความร่วมมือ และทำตัวเหมือนไม่เคยรู้อะไรทั้งสิ้น ขอให้ทำอะไรก็จะไม่ทำ เพราะไม่รู้ทำไปแล้วได้อะไร นอกจากนี้ หากข้อมูลถูกปิดไว้มาก ๆ ยิ่งปิดคนยิ่งอยากรู้ ในที่สุดก็จะเกิดการซุบซิบ และคิดเดากันไปเอง จึงเป็นบ่อเกิดของข่าวลือ และข่าวลือบางอย่างก็ไม่ได้ส่งผลดีให้กับคนภายในองค์กร
3. จากการศึกษาและวิจัยจากหลายสถาบันพบว่า พนักงานส่วนมากต้องการให้หัวหน้ามีความซื่อสัตย์ ซื่อตรง เปิดเผย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างให้พนักงานมีความเชื่อมั่นต่อหัวหน้า

4. เปิดโอกาสให้กับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน การไม่ลำเอียง หรือมือคดกับใครคนใดคนหนึ่ง เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญมากสำหรับการสร้างความเชื่อมั่น

5. ให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) การให้ข้อมูลป้อนกลับอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยให้หัวหน้าสามารถค้นพบปัญหาได้ก่อนที่ปัญหาจะกลายเป็นเรื่องใหญ่ นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยให้พนักงานเข้าใจและปรับปรุงตนเองได้

6. มีส่วนร่วมในการวางแผนและแก้ปัญหา การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดหาแนวทางต่าง ๆ จะทำให้มีความรู้สึกถึงการมีส่วนร่วม นอกจากนั้นยังนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของในแนวทางที่คิดออกมาร่วมกัน ความมุ่งมั่นและความตั้งใจที่จะทำย่อมมีมากกว่าการรับคำสั่งให้ทำ

7. ยอมรับในความผิดพลาด คำขอโทษเป็นประโยคที่จะช่วยซื้อใจคนฟังได้มาก ขอโทษแล้วหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา จะช่วยเรียกความเชื่อมั่นจากพนักงานกลับมาได้เป็นอย่างมาก

องค์ประกอบของความเชื่อมั่น

Reina and Reina (1999) ได้กำหนดไว้ว่า ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้นั้นประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความเชื่อมั่นด้านศักยภาพ คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการกระทำสิ่งที่จำเป็นต่อการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะในงานที่เฉพาะเจาะจงหรืองานที่มีความสลับซับซ้อนในการผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมถึงความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ และการช่วยให้ผู้อื่นสามารถทำงานของเขาได้ โดยพฤติกรรมที่สามารถช่วยสร้างและรักษาความไว้วางใจในศักยภาพ ได้แก่ การที่บุคคลมีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีความสามารถ มีความยุติธรรม สามารถเข้าใจและรับรู้ถึงศักยภาพของผู้อื่นได้ และสามารถช่วยให้ผู้อื่นเกิดทักษะความชำนาญในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้

2. ความเชื่อมั่นด้านการสื่อสาร คือ การที่บุคคลมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันและกันอย่างคงที่และสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้การทำงานนั้นดำเนินไปหรือมีความก้าวหน้า และมีผลต่อความสามารถในการผลิตงานและผลกำไรอีกด้วย โดยพฤติกรรมที่สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจด้านการสื่อสาร ได้แก่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันโดยการพูดในสิ่งที่ตรงกับความเป็นจริง มีการยอมรับความผิดพลาด มีการให้และรับข้อมูลป้อนกลับ การรักษาความลับ มีการชี้แจงถึงความมีเจตนาที่ดี

3. ความเชื่อมั่นด้านคำมั่นสัญญา คือ การที่บุคคลได้กระทำในสิ่งที่พูดไว้ว่าจะกระทำ ซึ่งการกระทำในสิ่งที่ได้พูดไว้จะก่อให้เกิดการผลผลิตความพร้อมที่จะให้บริการการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความใส่ใจในการมีส่วนร่วม หรือง่ายต่อการสื่อสารกลับ เมื่อมีการสัญญาไว้ ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญานี้เกี่ยวข้องกับ การรักษาความคิดเห็น ความตั้งมั่นในความซื่อสัตย์และการแสดงพฤติกรรมอย่างคงที่ ความเชื่อมั่นในความตั้งใจ ความแน่นอนและความเชื่อมั่นของบุคคลในความ

ข้อสัตย์ และความจงรักภักดีจะทำให้เกิดความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญาในการทำงาน โดยพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา ได้แก่ การที่บุคคลมีการบริหารจัดการความคาดหวัง มีการสร้างสิ่งยึดเหนี่ยวทางใจ มีการให้อำนาจอย่างเหมาะสม มีความใส่ใจ มีการแสดงความเห็นด้วยอย่างตรงไปตรงมา มีความคงเส้นคงวาและความแน่นอนในการกระทำ

ขอบเขตที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น

Shaw (1997) กล่าวถึงขอบเขตที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และการสูญเสียความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคลว่าแตกต่างกัน คือ บุคคล ทีมงาน หรือองค์กร ล้วนมีขอบเขตในการสร้างและการถอนความเชื่อมั่นจากผู้อื่นออกไปแตกต่างกัน และปัจจัยหลัก 3 ประการที่มีผลต่อการกำหนดขอบเขตของความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคล ได้แก่

1. สถานการณ์ หากสถานการณ์นั้น ๆ มีความเสี่ยงต่ำ ขอบเขตของความเชื่อมั่นย่อมสูงตามไปด้วย
2. ประสบการณ์ของบุคคลในเรื่องความเชื่อมั่น หากบริษัท ธุรกิจ หรือทีมงาน เคยมีประสบการณ์ในทางที่ดีที่เกิดจากความเชื่อมั่น ก็จะทำให้บริษัท ธุรกิจ หรือทีมงานนั้น ๆ มีขอบเขตของความเชื่อมั่นสูงตามไปด้วย
3. ประสบการณ์ของผู้อื่นในเรื่องความเชื่อมั่น หากบริษัทหนึ่งต้องการมาเป็นหุ้นส่วนกับบริษัทเรา หากบริษัทนั้น ๆ เป็นบริษัทที่บริษัทเรารู้จัก มีชื่อเสียงดีอยู่แล้ว ขอบเขตของความเชื่อมั่นก็จะสูง ในขณะที่หากบริษัทที่มาขอเป็นหุ้นส่วนนั้น เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงไม่ค่อยดีนัก หรือเป็นบริษัทที่บริษัทเราไม่รู้จัก ขอบเขตของความเชื่อมั่นย่อมต่ำตามไปด้วย เป็นต้น

Shaw (1997) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดระดับความเชื่อมั่นไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. การเปิดเผย (Openness) ระดับความเต็มใจในการเปิดเผยเรื่องต่าง ๆ ภายในกลุ่ม
2. การให้เกียรติ (Respect) ระดับการให้เกียรติซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม
3. ความสอดคล้อง (Alignment) เช่น การร่วมประสานงานกันภายในกลุ่ม การร่วมกันออกความคิดเห็นและตัดสินใจร่วมกัน เป็นต้น

ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจบุคคลอื่นในองค์กรเดียวกัน หลักการขั้นพื้นฐานของความเชื่อมั่น มีดังนี้

1. ความเชื่อมั่นทำให้เกิดการสูญเสียความไว้วางใจ บุคคลที่มีความไว้วางใจต่อบุคคลอื่นจะแสดงออกโดยการเปิดเผย ร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องเพราะมีความตั้งใจจริง ส่วนบุคคลที่ไม่มีความไว้วางใจต่อบุคคลอื่น แสดงออกโดยการไม่เปิดเผยข้อมูลหรือไม่แสดงความคิดเห็น มีพฤติกรรมฉวยโอกาสหาประโยชน์ให้กับตนเอง บุคคลเหล่านี้จะมีผลทำให้บุคคลที่มีความไว้วางใจเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจขึ้น ดังนั้น บุคลากรที่ไม่มีความไว้วางใจจำนวนเล็กน้อย ก็อาจจะเป็นพิษภัยต่อทั้งองค์กรได้

2. ความไว้วางใจก่อให้เกิดความไว้วางใจ การแสดงออกถึงความไว้วางใจของบุคคลจะก่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้นำที่มีศักยภาพจะเพิ่มความไว้วางใจให้เกิดขึ้นที่ละน้อย โดยการกำหนดขอบเขตการลงโทษหรือไม่มีการลงโทษเลยเมื่อเกิดความไว้วางใจขึ้นแล้วในองค์กร

3. ตำแหน่งที่สูงขึ้นมักเป็นโอกาสให้ทำในสิ่งที่ไม่น่าไว้วางใจ ตำแหน่งที่สูงขึ้นทำให้ผู้นำฉวยโอกาสในการแสวงหาอำนาจและความรับผิดชอบ เพื่อส่งเสริมตำแหน่งของตนเอง ในสภาพแวดล้อมเช่นนี้ผู้นำมักแก้ปัญหาแบบตามตัวอย่างรวดเร็วเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจสอบจากผู้นำระดับสูงกว่า และมักทิ้งปัญหาจากความไม่น่าไว้วางใจให้กับผู้สืบทอดตำแหน่ง ดังนั้น ผู้นำจึงควรอยู่ในตำแหน่งเป็นวาระสั้น เพื่อหลีกเลี่ยงผลที่ตามมาจากการตัดสินใจซึ่งเกิดจากการกระทำที่ไม่น่าไว้วางใจของผู้นำ

4. การลดขนาดองค์กรจะทดสอบระดับความไว้วางใจ การลดคนหรือขนาดองค์กร มักทำลายสภาพแวดล้อมที่มีความไว้วางใจเพราะการปลดบุคลากรขององค์กรออกไปมีผลทำให้บุคลากรที่เหลืออยู่เกิดความรู้สึกไม่มั่นคงในงาน สูญเสียความจงรักภักดี และความไว้วางใจภายในองค์กร

5. ความไว้วางใจเสริมสร้างความสามัคคี ความไว้วางใจจะยึดเหนี่ยวบุคคลให้อยู่ร่วมกันด้วยความเชื่อมั่น ว่าบุคลากรมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน ถ้าบุคคลเกิดปัญหาต้องการความช่วยเหลือ เขาจะมั่นใจได้ว่าจะได้รับการช่วยเหลือทันที และเมื่อพบกับความยากลำบาก สมาชิกในกลุ่มจะร่วมมือกันทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มร่วมกัน

6. ความไม่ไว้วางใจทำลายกลุ่มของตนเอง เมื่อสมาชิกกลุ่มไม่ไว้วางใจบุคคลในกลุ่ม พวกเขาจะไม่ยอมรับและตีตัวออกห่าง และเริ่มสนใจกับความต้องการของตนเองมากกว่าความต้องการของกลุ่มสมาชิก ดังนั้น สมาชิกในกลุ่มที่เกิดความไม่ไว้วางใจมักเกิดความเคลือบแคลงสงสัยสมาชิกอื่น ๆ ในกลุ่ม แต่แต่ละบุคคลจะปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง และไม่เปิดเผยข้อมูลให้กับสมาชิกในกลุ่ม ปฏิบัติงานเหล่านี้จะทำลายกลุ่มสมาชิกเหล่านี้ในที่สุด

7. ความไม่ไว้วางใจลดผลผลิต ไม่อาจกล่าวได้ว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งจำเป็นในการเพิ่มผลผลิต แต่ความไม่ไว้วางใจมักก่อให้เกิดการลดผลผลิตอยู่เสมอ ความไม่ไว้วางใจจะมุ่งเน้นที่ความสนใจที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความยุ่งยากในการสร้างเป้าหมายร่วมกัน บุคลากรในองค์กรเหล่านี้จะตอบสนองโดยการปิดบังข้อมูลข่าวสาร และเมื่อต้องเผชิญกับปัญหา เขาจะหลีกเลี่ยงการขอความช่วยเหลือเพราะกลัวว่าบุคคลอื่นจะได้ประโยชน์จากเขา บรรยากาศของความไม่ไว้วางใจจะทำให้เกิดความขัดแย้งและการประสานงานล่าช้า

การสร้างความเชื่อมั่น

การสร้างความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต้องมีความยึดมั่นต่อวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งผู้นำมีความสำคัญต่อการสร้างบรรยากาศความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน มีวิธีการสร้างความไว้วางใจไว้ดังนี้

1. การฝึกฝนให้เป็นคนเปิดเผย (Practice Openness) การเปิดเผยจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ให้บุคลากรอธิบายการตัดสินใจอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผยเกี่ยวกับปัญหาข้อมูลต่าง ๆ อย่างเต็มที่

2. มีความยุติธรรม (Be Fair) ก่อนการตัดสินใจหรือกระทำการใด ๆ ควรจะพิจารณาว่าบุคคลอื่นจะรับรู้หรือรู้สึกว่ามีคามยุติธรรมหรือไม่ ให้ความยุติธรรมในการประเมินผล โดยยึดหลักความเสมอภาคและยุติธรรมในการให้รางวัลและการให้ความสนใจห้วงใยบุคลากร

3. พูดตรงตามความรู้สึกตนเอง (Speak Your Feeling) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การพูดอย่างจริงใจจะทำให้บุคคลอื่นเกิดความเคารพในผู้พูดมากขึ้น

4. บอกความจริง (Tell the Truth) มีการติดต่อสื่อสารที่เปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา นอกจากคำพูดแล้วหัวหน้าจะต้องพยายามสังเกตข่าวสารที่ไม่เป็นคำพูด (Non-verbal Communication) หรือภาษาท่าทาง (Body Language)

5. แสดงความคงเส้นคงวา (Show Consistency) ให้เวลาคิดเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นคุณค่าและเป็นที่ยึดถือแล้วนำมาเป็นเครื่องตัดสินใจโดยต้องรู้ถึงความประสงค์ มีการดำเนินการด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือไว้วางใจ

6. รักษาความมั่นสัญญา (Fulfill Your Promises) ทำให้บุคคลเชื่อว่าได้กระทำตามสัญญาที่ให้ไว้ทั้งการกระทำและคำพูด

7. รักษาความเชื่อมั่น (Maintain Confidence) ปฏิบัติตนให้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจจากบุคคลอื่น

8. แสดงให้เห็นถึงความสามารถ (Demonstrate Competence) ทำให้บุคคลอื่นชื่นชมและมีความเคารพนับถือ โดยการแสดงให้เห็นถึงความสามารถด้านอาชีพและเทคนิคต่าง ๆ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ให้ความสนใจในการพัฒนาการสื่อสาร การสร้างทีมงานและทักษะการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล เป็นต้น

การพัฒนาความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจเป็นวิถีทางหนึ่งในการสะท้อนสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในองค์กร และสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในการทำงานร่วมกัน ที่อาจเป็นความสำเร็จหรือความล้มเหลวของสัมพันธ์ภาพ ซึ่ง Reynolds (1997) ได้เสนอแนวทางพัฒนาความไว้วางใจไว้ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต้องใช้เวลาในการพัฒนา การสร้างความไว้วางใจหรือการคงไว้ซึ่งความไว้วางใจ จะต้องใช้เวลาเป็นต้นทุนในการสร้างและพัฒนา แม้สัมพันธ์ภาพความไว้วางใจจะเกิดขึ้นแล้ว แต่การลงทุนก็ยังคงต้องมีย่างสม่ำเสมอ ระยะเวลาในการพัฒนาความไว้วางใจอาจจะสั้นหรือยาวนาน ก็ไม่สำคัญเท่ากับการบำรุงรักษาความไว้วางใจให้คงอยู่ แต่ความไว้วางใจอาจจะพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ถ้าผู้นำเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมใน

การกำหนดเป้าหมายและความรับผิดชอบร่วมกัน

2. ความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต้องการความเข้มแข็งอดทน องค์กรที่มีระดับความไว้วางใจสูง บุคลากรจะทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ตามมาตรฐานที่สูงขององค์กร และทำงานอย่างรวดเร็วด้วยความเข้มแข็ง อดทน เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ส่วนองค์กรที่มีระดับความไว้วางใจต่ำ บุคลากรจะปฏิบัติงานเท่าที่จะทำได้และมีผลผลิตต่ำ

3. ความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต้องมีการปฏิบัติ การพัฒนาความไว้วางใจก็เช่นเดียวกับ นักกีฬาที่จะต้องใช้ทักษะ การฝึกปฏิบัติ และกำลังใจมากมาย จึงจะถึงเป้าหมายที่ต้องการได้ ดังนั้น การสร้างความไว้วางใจในองค์กร จึงต้องพัฒนาทั้งทักษะและจิตใจเช่นกัน

การสร้างความเชื่อมั่นให้กลับมาอีกครั้ง

Shaw (1997) ได้กล่าวถึงวิธีการสร้างความเชื่อมั่นให้กลับมาอีกครั้ง มีวิธีการดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงผู้นำ (Changing the Leadership) ในกรณีที่รุนแรง วิธีที่รวดเร็วที่สุดในการจัดการกับความไม่ไว้วางใจภายในองค์กร คือ การเปลี่ยนตำแหน่งผู้บริหารที่สำคัญ ๆ ในองค์กร ที่มีบทบาทต่อการสร้างความไม่ไว้วางใจภายในองค์กรที่ผ่านมาเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นผู้บริหารที่ยังคงอยู่ในองค์กร และผู้บริหารใหม่ที่เข้ามาบริหารองค์กร จำเป็นจะต้องแสดงถึงวิธีการและแนวปฏิบัติใหม่ ๆ ที่จะเป็นการสร้างความไว้วางใจภายในองค์กรให้กลับคืนมาอีกครั้ง เช่น การพูดถึงผู้นำคนเดิมว่าขาดความตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กรอย่างมาก หรือผู้บริหารชุดใหม่นี้จะให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ และจะมีวิธีการปฏิบัติงานตามนโยบายต่อไปอย่างไร

2. การ Rallying Around a Crisis or Opportunity สิ่งที่สำคัญ คือ การค้นหา Burning Platform หรือกิจกรรมที่จะเป็นการสร้างแรงดึงดูดกลุ่มคนเข้ามารวมมือกันปฏิบัติงานเพื่อการบรรลุผลสำเร็จขององค์กรอย่างจริงจัง ผู้บริหารจำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ชัดเจน และส่งผลประโยชน์ให้กับพนักงานโดยรวม กล่าวคือ ผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญของการบรรลุผลสำเร็จขององค์กร เพื่อประโยชน์ขององค์กร และพนักงานทั้งหมด

3. การทำลายกรอบโครงสร้างต่าง ๆ (Breaking the Structural Frame) โดยมากแล้วองค์กรที่มีระดับความไว้วางใจภายในองค์กรอยู่ในระดับต่ำ จะเป็นองค์กรที่มีกฎเกณฑ์ กรอบโครงสร้าง กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นลำดับขั้น และเข้มงวด วิธีการแก้ไขหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความร่วมมือกันของกลุ่มบุคคลในทุกระดับขององค์กร เช่น การทำกิจกรรมละลายพฤติกรรม การเรียกประชุมในระดับต่าง ๆ คละกันไป เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกระดับชั้นจะสามารถร่วมมือ ประสานงานกันได้อย่างดี

4. การยกเลิกหลักปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจภายในองค์กร (Eliminating Trust-eroding Practices) ขจัดแนวทาง หรือหลักปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความไม่ไว้วางใจภายในองค์กรออกไป

นโยบายเรื่องการจ่ายค่าตอบแทน ถือได้ว่าเป็นนโยบายที่มีผลอย่างมากต่อความไว้วางใจภายในองค์กร องค์กรจะต้องสร้างระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายค่าตอบแทนที่ยุติธรรม และเป็นการสนับสนุนผลสำเร็จในการทำงานของพนักงานอย่างแท้จริง

5. การมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมเพื่อการบรรลุผลสำเร็จ (Stressing Teamwork in Order to Achieve Results) พนักงานในองค์กรมักมีความรู้สึกว่าทำไมพวกเขาจึงถูกคาดหวังให้สนับสนุนการทำงานเป็นทีม ในขณะที่ผู้นำของพวกเขาทำงานโดยลำพัง (Self-serving) ดังนั้น การมุ่งเน้นให้การทำงานเป็นทีมจะต้องเกิดจากความต้องการของธุรกิจจริง ๆ มีการเชื่อมโยงการทำงานเป็นทีมเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และผู้บริหารให้การสนับสนุนการทำงานเป็นทีมอย่างจริงจัง

6. การตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมกันทำงาน (Capitalizing on Collective Wins) วิธีการสนับสนุนการทำงานเป็นทีมซึ่งส่งผลต่อความไว้วางใจกันจะล้มเหลวหากการทำงานนั้นไม่ได้บรรลุผลสำเร็จ กล่าวคือ พนักงานจะมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมน้อยลงหากพวกเขาไม่เห็นประโยชน์ที่ได้รับจากวิธีการทำงานใหม่ที่สนับสนุนการทำงานเป็นทีม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่น

สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (2555) ได้ศึกษาเรื่องความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน เป็นการศึกษาจากสถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐและกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานธุรกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อศึกษาความเชื่อมั่นที่มีต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินของสำนักงาน ปปง. และศึกษาความรู้ ความเข้าใจของสถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานธุรกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบทบาท และอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน ปปง. รวมถึงศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่มีต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินของสำนักงาน ปปง. จากผลการศึกษาวิจัย ปรากฏว่า ผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งได้แก่ สถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานการทำธุรกรรม มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท อำนาจหน้าที่ของสำนักงาน ปปง. ไม่แตกต่างกัน โดยระดับความรู้ ความเข้าใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่อย่างไรก็ตามระดับความรู้ ความเข้าใจในประเด็นเกี่ยวกับสำนักงาน ปปง. เป็นองค์กรอิสระ และสำนักงาน ปปง. มีหน้าที่จับกุมผู้กระทำความผิดทางอาญา ยังอยู่ในระดับน้อย-ปานกลาง ดังนั้น สำนักงาน ปปง. จึงควรประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบทบาท อำนาจหน้าที่ กฎหมายรวมถึงระเบียบที่เกี่ยวข้องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประชาชนรับทราบ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานธุรกรรมที่มีต่อสำนักงาน ปปง. ในส่วนของประเด็นระดับความเชื่อมั่นต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินของสำนักงาน

ปง. พบว่า สถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐและกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานการทำธุรกรรม มีความเชื่อมั่นต่อการป้องกันและปราบปรามของสำนักงาน ปง. ไม่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าสถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐและกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่รายงานธุรกรรมจะมีความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 74.52 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก แต่อย่างไรก็ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ค่อนข้างแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนั้น สำนักงาน ปง. จึงควรกำหนดแนวทาง วิธีการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประชาชน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ซึ่งจะทำให้การทำงานของสำนักงาน ปง. มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

สำนักงานพัฒนาระบบบริหาร กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และสถาบันขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2556) ได้ประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภารกิจของกรมทางหลวงชนบท ในโครงการสะพานข้ามอ่างเก็บน้ำลำปาว (สะพานเทพสุดา) จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยได้สำรวจความคิดเห็นจากมุมมองของผู้ใช้ทาง ผลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนจำนวน 407 ตัวอย่าง พบว่า โครงการสะพานข้ามอ่างเก็บน้ำลำปาว (สะพานเทพสุดา) จังหวัดกาฬสินธุ์ ทำให้สามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็ว ที่ระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่ร้อยละ 91.74 เนื่องจากสายทางใช้เป็นทางลัด ลดระยะทางจากการเดินทางอ้อมแบบเดิม และการเดินทางแบบใช้แพขนาน ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการ รองลงมาเป็นประเด็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางหรือการขนส่งสินค้าและบริการ ร้อยละ 91.28 ประเด็นก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้าหรือพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่ระดับความคิดเห็นร้อยละ 90.94 เนื่องจากเชื่อมการเดินทางผ่านชุมชนมากขึ้นและเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งโครงการทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ร้อยละ 89.98 เป็นมุมมองทางด้านสังคมภาพรวมที่เกิดจากสะพานช่วยให้วิถีชีวิตคนในชุมชนและผู้ใช้งานทางดีขึ้น ชุมชนและสังคมมีการพัฒนาหรือมีความเจริญมากขึ้น ร้อยละ 89.41 ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ ร้อยละ 88.67 เนื่องด้วยสะพานนอกจากจะเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางที่ระยะสั้นลงแล้วยังส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่สะพานและจังหวัดโดยรอบ ประเด็นไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพทางธรรมชาติ ร้อยละ 86.94 เนื่องจากประชาชนมองว่าไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพ กลับเพิ่มจุดดึงดูดสายตาและการท่องเที่ยว และที่ผ่านมามีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอื่นใด และประเด็นรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางมากขึ้น ร้อยละ 86.50 และเมื่อพิจารณาผลการประเมินสรุปตามหัวข้อการประเมินผลกระทบทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ผลกระทบต่อประชาชน ร้อยละ 89.12 ด้านที่ 2 ผลกระทบต่อสังคม ร้อยละ 89.69 ด้านที่ 3 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ร้อยละ 90.30 และด้านที่ 4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ ร้อยละ 80 ในทุกหัวข้อ สะท้อนถึงความเชื่อมั่นต่อการดำเนินโครงการของกรมทางหลวงชนบทในระดับสูง

สถาบันวิทยาการจัดการ (2557) ได้สำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 สำนักงานอัยการสูงสุด มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุด ตามหลักเกณฑ์และประเด็นการสำรวจที่กำหนดไว้ในรายละเอียดตัวชี้วัดที่ 2.1 ร้อยละของประชาชนที่มีความเชื่อมั่น (ระดับ มากขึ้นไป) ต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุด ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ สำนักงานอัยการสูงสุด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด และการรับรู้และความเข้าใจของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด โดยผลการสำรวจที่ได้ในครั้งนี้นำไปใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติราชการตามภารกิจต่าง ๆ ให้เกิดสัมฤทธิ์ผล คุ่มค่าและสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นแก่ประชาชนต่อการปฏิบัติราชการได้ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,520 ราย แบ่งออกเป็น ผู้รับบริการจากสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวน 370 ราย ผู้รับบริการจากศูนย์ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 50 ราย หน่วยงานของรัฐ จำนวน 100 ราย พยาน จำนวน 100 ราย พนักงานสอบสวน จำนวน 100 ราย นายประกัน/ญาติ จำนวน 300 ราย ผู้เสียหาย จำนวน 100 ราย และประชาชนทั่วไป จำนวน 400 ราย ซึ่งผลการสำรวจสามารถสรุปได้ดังนี้

การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด พบว่า ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน รู้จักสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวน 1,455 ราย จากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 1,520 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 95.72 โดยช่องทางหรือสื่อที่ทำให้รู้จักสำนักงานอัยการสูงสุดคือ การได้มารับบริการจากสำนักงานอัยการสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.15 ส่วนความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดนั้น ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน ที่รู้จักสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวน 1,455 ราย มีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวน 1,286 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 88.38 โดยบทบาทหน้าที่ด้านคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน มีการรับรู้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.19

การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด พบว่า ในภาพรวมผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน มีความพึงพอใจปานกลางต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.27 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยผู้เสียหายมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 3.82 ส่วนประชาชนทั่วไปมีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.67

คุณภาพการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุดตามภารกิจหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ภารกิจ ด้านอำนวยความยุติธรรม ภารกิจด้านการรักษาผลประโยชน์ของรัฐ และภารกิจด้านการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือประชาชนในทางกฎหมาย พบว่า ในภาพรวม ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้เสีย มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการปฏิบัติราชการตามภารกิจ 3 ด้าน อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.29

จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยภารกิจด้านอำนวยความสะดวกธุรกรรมมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.33 ระดับคะแนนเฉลี่ยรองลงมา คือ ภารกิจด้านการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือประชาชนในทางกฎหมาย 4.23 และภารกิจด้านการรักษาผลประโยชน์ของรัฐ 4.21 ตามลำดับ และมีความเชื่อมั่นมากที่สุดต่อการปฏิบัติราชการตามภารกิจ 3 ด้าน อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.29 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยภารกิจด้านอำนวยความสะดวกธุรกรรม และภารกิจด้านการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือประชาชนในทางกฎหมายมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน 4.31 ระดับคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือ ภารกิจด้านการรักษาผลประโยชน์ของรัฐ 4.21

คุณภาพการให้บริการตามกระบวนการหลัก 5 กระบวนการ ได้แก่ การให้ประกันตัวผู้ต้องหา การคืนหลักประกันตัวผู้ต้องหา การช่วยเหลือให้คำปรึกษาทางกฎหมาย การรวบรวมตรวจสอบและดำเนินการยื่นคำร้องตั้งผู้จัดการมรดก และการดำเนินการถอดถอนหรือขอตั้งผู้ปกครอง พบว่า ในภาพรวม ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้เสีย มีความเชื่อมั่นมากที่สุดต่อคุณภาพการให้บริการตามกระบวนการหลัก 5 กระบวนการ อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.37 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยกระบวนการรวบรวมตรวจสอบและดำเนินการยื่นคำร้องตั้งผู้จัดการมรดกมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.84 รองลงมาคือ กระบวนการดำเนินการถอดถอนหรือขอตั้งผู้ปกครอง 4.75 กระบวนการช่วยเหลือให้คำปรึกษาทางกฎหมาย 4.39 กระบวนการให้ประกันตัวผู้ต้องหา 4.22 และกระบวนการคืนหลักประกันตัวผู้ต้องหา 4.00 ตามลำดับ

การให้บริการและการปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต พบว่า ในภาพรวมผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน มีความเชื่อมั่นมากที่สุดต่อการให้บริการและการปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่ด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.09 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยประเด็นยึดมั่นต่อจรรยาบรรณในวิชาชีพกฎหมายมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.16 รองลงมาคือ คำนึงถึงความถูกต้องเป็นหลัก 4.15 ยึดหลักความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต 4.11 ให้บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ 4.07 ไม่เรียกหรือรับสินบนหรือผลประโยชน์อื่นใดที่ไม่ควรได้สำหรับตนเองหรือผู้อื่น 4.04 ไม่มีพฤติกรรมที่น่าสงสัยส่อไปในทางทุจริตหรือประพฤติมิชอบ 4.03 และสำนักงานอัยการสูงสุดจะเปิดเผยข้อมูลที่สามารถเปิดเผยได้ให้ประชาชนรับทราบ 3.92 ตามลำดับ

การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารตามกฎหมายข้อมูลข่าวสาร พบว่า ในภาพรวม ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นมากที่สุดต่อคุณภาพการให้บริการงานด้านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของสำนักงานอัยการสูงสุด อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.90 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยประเด็นข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกจัดเก็บ ณ สำนักงานอัยการสูงสุด จะไม่ถูกเปิดเผยไปยังผู้อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล ระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.32 ส่วน

ประเด็นมีการจัดทำดัชนีข้อมูลข่าวสารไว้บริการ ณ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน สามารถสืบค้นได้ด้วยตนเองอย่างสะดวก รวดเร็ว และเป็นปัจจุบันมีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.50

การปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุดในภาพรวม พบว่า ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน มีความพึงพอใจมากต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุดในภาพรวม อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.93 จากคะแนนเต็ม 5.00 และมีความเชื่อมั่นมากต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุดในภาพรวม อยู่ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.95 จากคะแนนเต็ม 5.00

ภาพรวมความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุด พบว่า ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน มีความเชื่อมั่น (ระดับมากขึ้นไป) ต่อการปฏิบัติราชการของสำนักงานอัยการสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 81.63

ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพ์ธนะพูนพร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น กับความภักดีต่อการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่นั่งส่วนบุคคลคลอว์ ของลูกค้าในเขตจังหวัดภาคใต้ ผลการวิจัยปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อรถยนต์ที่นั่งส่วนบุคคลคลอว์ โดยมีความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยทุกครั้งที่เกิดทางด้วยรถยนต์ยี่ห้ออื่น อีกทั้งมีความไว้วางใจที่จะให้ตัวแทนนี้ดูแลและบริการลูกค้าจนลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา (2558) ได้ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนโครงข่ายถนนฯ พบว่า ผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ มีความเชื่อมั่นในการใช้ถนนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นเรื่อง ได้แก่ 1) ถนนเป็นแหล่งท่องเที่ยว 2) ถนนช่วยแบ่งเบาการจราจรถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) 3) เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วมถนนสามารถทดแทนการเดินทางถนนสายหลักได้ 4) ถนนช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสะดวก รวดเร็วขึ้น 5) ถนนช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการขนส่ง 6) ถนนช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 7) ถนนช่วยกระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น ปรากฏว่า ผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ มีความเชื่อมั่นในทุกเรื่องอยู่ในระดับมากเช่นกัน

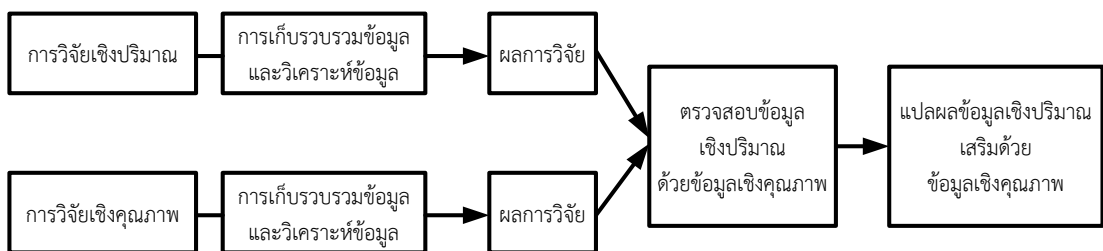
หากบุคคลมีความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการ ย่อมก่อให้เกิดความไว้วางใจ ความเชื่อใจ ในการที่จะซื้อสินค้า ใช้บริการ หรือร่วมลงทุน เมื่อบุคคลมีความเชื่อมั่นแล้วย่อมทำให้สินค้า หรือการบริการนั้นสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อีกนาน

จะเห็นได้ว่า ความเชื่อมโยงระหว่างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการในการให้บริการ จะมีความเชื่อมโยงกันต่อเมื่อ หากประชาชนมีความพึงพอใจในการรับบริการที่ได้จากสถาบัน องค์กรภาครัฐ หรือสิ่งที่ตนมุ่งหวังว่าจะได้รับว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในสถาบัน องค์กรภาครัฐ หรือสิ่งที่ตนมุ่งหวังที่ได้รับเพิ่มขึ้นด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ซึ่งใช้แนวทางการวิจัยแบบ Convergent – parallel Approach ที่มีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพร้อมกันในคราวเดียว โดยมีแบบแผนการวิจัยในรูปแบบ Data – validation Design (Edmonds & Kennedy, 2013, p. 154) ดังภาพที่ 13



ภาพที่ 13 แบบแผนการวิจัยในรูปแบบ Data – validation design

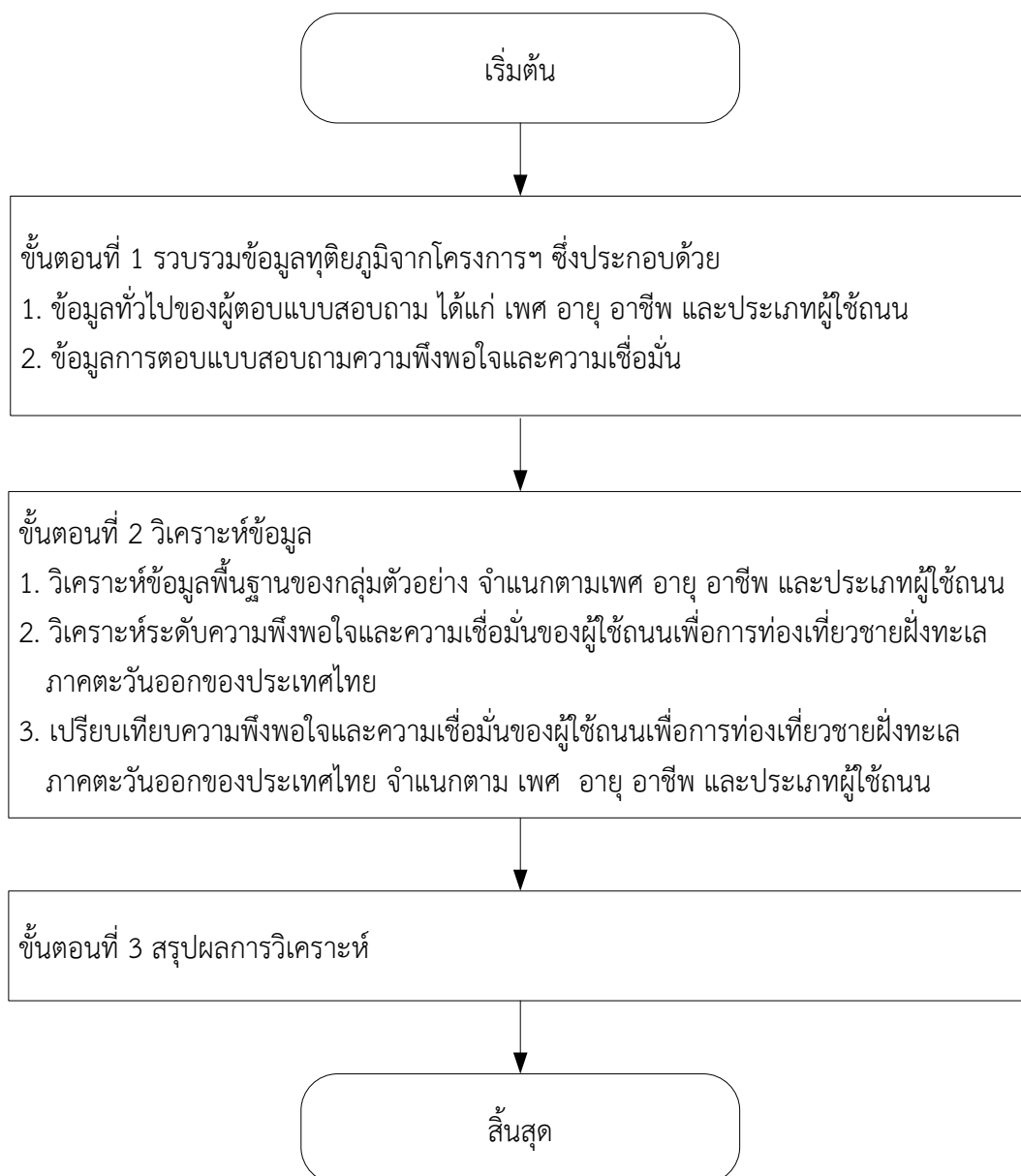
จากแผนภาพการวิจัยดังกล่าว มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย จำแนกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน

การศึกษานี้เป็นการนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากโครงการประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบ

ชายฝั่งทะเล จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งผู้วิจัยเป็นหนึ่งในผู้ช่วยนักวิจัยในการศึกษาดังกล่าว มาใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังภาพที่ 14



ภาพที่ 14 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการฯ

ข้อมูลทุติยภูมิที่นำมาใช้ในศึกษาครั้งนี้ ได้จากโครงการประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเรียงชายฝั่งทะเล

จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด (สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558) ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์จำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย

โครงการฯ ได้ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ ที่ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้มาด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงอิงเกณฑ์ (Criterion – related Purposeful Sampling) จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเขตจังหวัดระยอง จำนวน 440 คน และในเขตจังหวัดจันทบุรี จำนวน 440 คน รวมทั้งหมด 880 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ผู้อยู่อาศัยตามเส้นทาง จำนวน 440 คน 2) นักท่องเที่ยว ผู้ผ่านทาง จำนวน 220 คน และ 3) ผู้ประกอบการภาคเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวจำนวน 220 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้นี้สำหรับวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ข้อมูลที่ได้มีขนาดเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสถิติ MANOVA ซึ่งระบุว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการเปรียบเทียบแต่ละกลุ่มต้องมีจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 20 คน (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010, p. 458)

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจซึ่งครอบคลุม 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความพึงพอใจด้านลักษณะถนนและทางจักรยาน 2) ความพึงพอใจด้านจุดพักรถ และ 3) ความพึงพอใจด้านจุดชมวิว โดยแบบสอบถามความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามสำหรับคนในพื้นที่ (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ก)

ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ข)

ชุดที่ 3 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ค)

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ดังนี้

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

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย มีดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากุล, 2555, หน้า 93)

ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด
ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย

โครงการฯ ได้ประเมินความเชื่อมั่นของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ ที่ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ได้มาด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงอิงเกณฑ์ (Criterion – related Purposeful Sampling) จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเขตจังหวัดระยอง จำนวน 440 คน และในเขตจังหวัดจันทบุรี จำนวน 440 คน รวมทั้งหมด 880 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ผู้อยู่อาศัยตามเส้นทาง จำนวน 440 คน 2) นักท่องเที่ยว ผู้ผ่านทาง จำนวน 220 คน และ 3) ผู้ประกอบการภาคเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวจำนวน 220 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้นี้สำหรับวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ซึ่งข้อมูลที่ได้มีขนาดเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสถิติ MANOVA ซึ่งระบุว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการเปรียบเทียบแต่ละกลุ่มต้องมีจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 20 คน (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010, p. 458)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินความเชื่อมั่นใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) ถนนสายนี้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้ 2) ช่วยแบ่งเบาภาระจราจรของถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) ได้ 3) เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ถนนสายนี้ทดแทนการเดินทางถนนสายหลักได้ 4) ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกเฉียงสะดวกรวดเร็วขึ้น 5) ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ ขนส่ง 6) ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง และ 7) การกระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น โดยแบบสอบถามความเชื่อมั่นจำแนกเป็น 3 ชุด ดังนี้

- ชุดที่ 1 แบบสอบถามสำหรับคนในพื้นที่ (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ก)
- ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ข)
- ชุดที่ 3 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ (แบบสอบถามแสดงในภาคผนวก ค)

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ดังนี้

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

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากุล, 2555, หน้า 93)

ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด
ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ความถี่ และร้อยละ
2. ระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน โดยใช้สถิติ One – way MANOVA

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาสรุปผลในรูปแบบตารางและข้อความบรรยาย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกเป็น

- 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

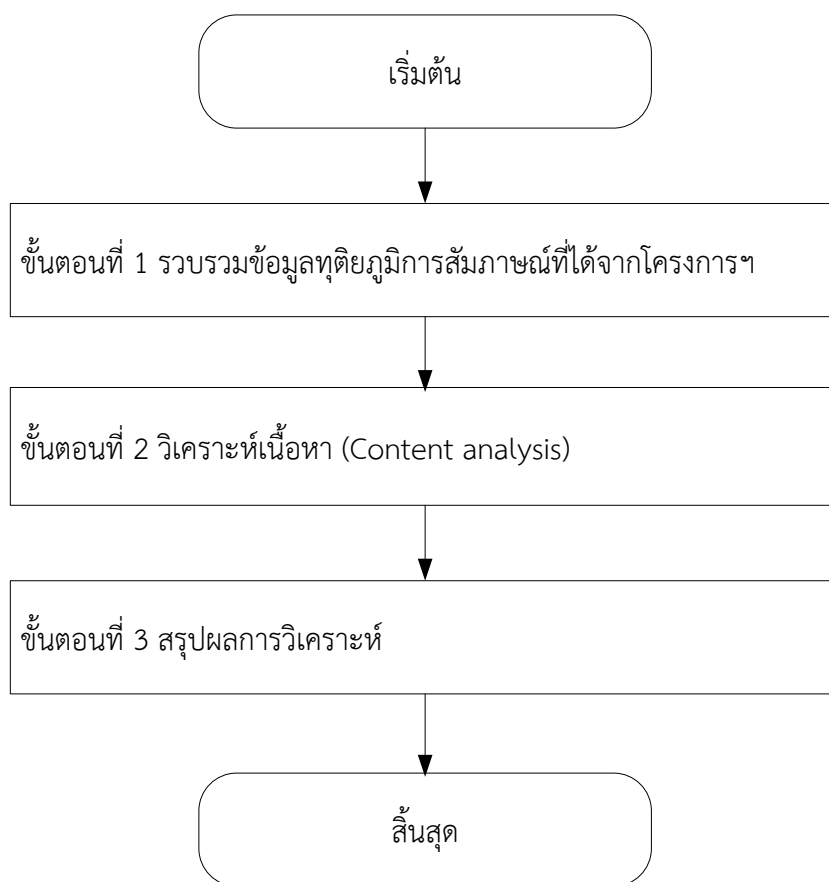
2) ผลการวิเคราะห์โดยรวมระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

3) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ นำเสนอเป็น 4 ส่วนตามตัวแปรต้น (เพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน) ในแต่ละส่วนแสดงผล ดังนี้ 1) ผลการวิเคราะห์โดยรวมระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามตัวแปรต้น 2) ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น และ 3) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

การศึกษานี้เป็นการนำข้อมูลทุติยภูมิในส่วนของ การสัมภาษณ์ที่ได้จากโครงการประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเล จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งผู้วิจัยเป็นหนึ่งในผู้ช่วยนักวิจัยในการศึกษาดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังภาพที่ 15



ภาพที่ 15 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิการสัมภาษณ์ที่ได้จากโครงการฯ

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interviews) ที่ได้จากโครงการประเมินผลลัพธ์ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเรียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด (สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยข้อมูลที่ได้จากโครงการฯ มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ประกอบด้วยผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนที่ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งได้มาด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 25 คน โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2558

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยระหว่างการสัมภาษณ์มีการบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเทป (Recorder) บันทึกภาพด้วยกล้องถ่ายรูป และจดบันทึกย่อ (Note) ร่วมด้วย

ผู้วิจัยรวบรวมบทสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ได้จากโครงการฯ ทั้งในรูปแบบเสียงบันทึก บันทึกย่อ รูปภาพ และรายงานการถอดเทปสัมภาษณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลหตุยภูมิที่ได้จากโครงการฯ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. เปรียบเทียบรายงานการถอดเทปสัมภาษณ์กับเสียงบันทึก เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยเพิ่มเติมเนื้อหาสำคัญที่ไม่มีระบุในรายงาน

2. นำข้อมูลมาจัดเรียงในรูปแบบตาราง โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งมี 5 คอลัมน์ แต่ละคอลัมน์ประกอบด้วยประเภทผู้ใช้ถนน ประเด็น รหัสผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลสนับสนุน และความเชิงวิเคราะห์ รูปแบบตารางการวิเคราะห์เนื้อหา แสดงได้ดังภาพที่ 16

	A	B	C	D	E
1	ความพึงพอใจ				
2	ประเภทผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความเชิงวิเคราะห์
3	คนในพื้นที่	1. ลักษณะถนนและทางจักรยาน	01A	"คนใช้จักรยานก็สบาย"	ถนนที่สร้างขึ้นอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
4		2. จุดพักรถ			
5		3. จุดชมวิว			
6	นักท่องเที่ยว	1. ลักษณะถนนและทางจักรยาน			
7		2. จุดพักรถ			
8		3. จุดชมวิว			
9	ผู้ประกอบการ	1. ลักษณะถนนและทางจักรยาน			
10		2. จุดพักรถ			
11		3. จุดชมวิว			

ภาพที่ 16 รูปแบบตารางการวิเคราะห์เนื้อหา

2.1 ประเภทผู้ใช้ถนน

ประกอบด้วย 1) คนในพื้นที่ 2) นักท่องเที่ยว และ 3) ผู้ประกอบการ

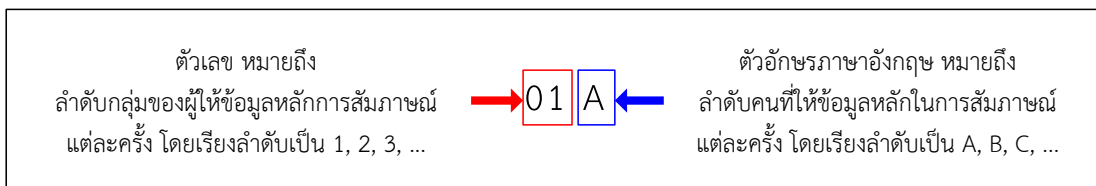
2.2 ประเด็นสำคัญ

ผู้วิจัยอ่านข้อมูลทั้งหมด เพื่อสกัดประเด็นที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยความพึงพอใจพิจารณาจาก 1) ความพึงพอใจด้านลักษณะถนนและทางจักรยาน 2) ความพึงพอใจด้านจุดพักรถ และ 3) ความพึงพอใจด้านจุดชมวิว ส่วนความเชื่อมั่นพิจารณาจาก 1) ถนนสายนี้พัฒนาเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้ 2) ช่วยแบ่งเบาภาระจราจรของถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) ได้ 3) เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ถนนสายนี้ทดแทนการเดินทาง ถนนสายหลักได้ 4) ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น 5) ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง 6) ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก และ 7) การกระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น

2.3 รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลหลักตามแบบที่ใช้ในโครงฯ โดยการให้รหัสผู้ให้ข้อมูล มีหลักเกณฑ์ ดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17 หลักเกณฑ์การให้รหัสผู้ให้ข้อมูลหลัก

จากภาพที่ 8 รหัสผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยตัวเลข 2 หลัก ตามด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษ ซึ่งตัวเลข หมายถึง ลำดับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง โดยเรียงลำดับเป็น 1, 2, 3, ... ส่วนตัวอักษร หมายถึง ลำดับคนที่ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง โดยเรียงลำดับเป็น A, B, C, ... เช่น 01A หมายถึง ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 ที่มาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ครั้งที่ 1

2.4 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เป็นข้อมูลสนับสนุนที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบการอธิบายประเด็นที่กำหนด และเตรียมสำหรับการสร้างข้อความเชิงวิเคราะห์ (Analytic statement)

2.5 ข้อความเชิงวิเคราะห์ เป็นประโยคหลักที่ได้มาจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หาความสัมพันธ์ของข้อมูล และสร้างคำอธิบายเชิงนามธรรม

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยนำข้อความเชิงวิเคราะห์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาเขียนรายงานเชิงพรรณนา เพื่อสรุปประเด็นหลักที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ผลการศึกษานี้ จำแนกออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพหลัก และประเภทผู้ใช้ถนน
2. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

3. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ตามตัวแปรต้น ดังนี้

- 3.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ จำแนกตามเพศ
- 3.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ จำแนกตามอายุ
- 3.3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ จำแนกตามอาชีพ
- 3.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

M หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

SD หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

<i>SK</i>	หมายถึง	ค่าความเบ้
<i>KU</i>	หมายถึง	ค่าความโด่ง
<i>CV</i>	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ของความแปรปรวน (Coefficient of Variation)
<i>F</i>	หมายถึง	การทดสอบเอฟ (<i>F</i> – test)
<i>df</i>	หมายถึง	องศาอิสระ
<i>SS</i>	หมายถึง	ผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง (Sum of Square)
<i>MS</i>	หมายถึง	ความแปรปรวน (Means of Square)
<i>p</i>	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็น

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้ถนนฯ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n= 880)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	413	46.9
หญิง	467	53.1
อายุ		
ต่ำกว่า 31 ปี	254	28.9
31-45 ปี	378	43.0
46-60 ปี	194	22.0
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	54	6.1
อาชีพ		
เกษตรกร	140	15.9
รับจ้างทั่วไป	130	14.8
พนักงานบริษัท	107	12.2
นักเรียน/ นักศึกษา	94	10.7
ผู้ประกอบการธุรกิจ/ ค้าขาย	240	27.3
แม่บ้าน/ วางงาน/ เกษียณอายุราชการ	71	8.1
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น	98	11.1

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n= 880)	ร้อยละ
ประเภทผู้ใช้งาน		
คนในพื้นที่	440	50.0
นักท่องเที่ยว	220	25.0
ผู้ประกอบการ	220	25.0

จากตารางที่ 5 จำนวนผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 880 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 467 คน (ร้อยละ 53.1) มีอายุระหว่าง 31-45 ปี จำนวน 378 คน (ร้อยละ 43.0) ประกอบอาชีพ ผู้ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย เป็นส่วนใหญ่มีจำนวน 240 คน (ร้อยละ 27.3) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ จำนวน 440 คน (ร้อยละ 50)

2. ผลการวิเคราะห์โดยรวมระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และค่าความโด่งของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตัวแปร	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>SK</i>	<i>KU</i>	<i>CV</i>
ความพึงพอใจ	3.35	.54	.13	-.27	16.12
ความเชื่อมั่น	3.92	.75	-.46	-.52	19.13

จากตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถแยกพิจารณาในรายละเอียดได้ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยรวม ปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยเลขคณิตเท่ากับ 3.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54

ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยเลขคณิตเท่ากับ 3.92 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .75

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของความแปรปรวน (Coefficient of Variation) ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ปรากฏว่า ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีค่าสัมประสิทธิ์ของความแปรปรวน (Coefficient of Variation) ใกล้เคียงกัน แสดงว่า ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยมีการกระจายของข้อมูลใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาจากความเบ้ของความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ปรากฏว่า มีการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะเบ้บวกเล็กน้อย (ค่าความเบ้มีค่าเป็นบวก) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาจากความเบ้ของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ปรากฏว่า มีการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะเบ้ลบเล็กน้อย (ค่าความเบ้มีค่าเป็นลบ) แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อพิจารณาจากค่าความโด่งของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ปรากฏว่า ส่วนใหญ่มีค่าความโด่งน้อยกว่าโค้งปกติเล็กน้อย (ค่าความโด่งมีค่าเป็นลบ) ข้อมูลของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ทุกตัวมีค่าความเบ้และความโด่งใกล้เคียงกับ 0 แสดงว่า ข้อมูลมีลักษณะการแจกแจงแบบปกติทุกตัว

3. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

ผลการทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กันสูง ดังนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ (MANOVA) ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจและความเชื่อมั่น จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน ซึ่งผลการวิเคราะห์ในแต่ละตัวแปรต้นนั้น นำเสนอข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจำแนกตามตัวแปรต้น ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

3.1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

3.1.1 ข้อมูลพื้นฐาน นำเสนอจำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่น
ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย
จำแนกตามเพศ

	เพศ	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
ความพึงพอใจ	ชาย	413	3.35	.54	ปานกลาง
	หญิง	467	3.36	.55	ปานกลาง
	รวม	880	3.35	.54	ปานกลาง
ความเชื่อมั่น	ชาย	413	3.96	.74	มาก
	หญิง	467	3.87	.76	มาก
	รวม	880	3.92	.75	มาก

จากตารางที่ 7 ปรากฏว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.35 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.36 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .55

เพศชายและเพศหญิงมีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ 3.96 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .74 ส่วนเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ 3.87 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .76

3.1.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องการทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยจำแนกตามเพศ ด้วย Box's M Test of Equality of Covariance Matrices ปรากฏดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของ ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Box's M	F	df1	df2	p
.70	.23	3	265364284.03	.87

จากตารางที่ 8 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M Test of Equality of Covariance Matrices (Box's M) ปรากฏว่า สถิติทดสอบ Box's M เท่ากับ .70 ให้ค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ .23 ค่า p เท่ากับ .87 แสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ตารางที่ 9 การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

ตัวแปรตาม	F	df1	df2	p
ความพึงพอใจ	.18	1	878	.67
ความเชื่อมั่น	.40	1	878	.53

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ด้วยสถิติ Levene's Test of Equality of Error Variances ปรากฏว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ให้ค่า p เท่ากับ .67 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม และความแปรปรวนของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ให้ค่า p เท่ากับ .53 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของความเชื่อมั่นไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม

จากผลการวิเคราะห์ ปรากฏว่า การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม และการทดสอบความแปรปรวน ทั้งความพึงพอใจและความเชื่อมั่นเป็นไปตาม ข้อตกลงเบื้องต้น จึงสามารถวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้วย Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Likelihood Ratio	Approx. Chi-Square	df	p
.00	389.56	2	.00

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้สถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

3.1.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ด้วยสถิติ One – way MANOVA ปรากฏผลดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Statistic Test	Value	F	Hypothesis df	Error df	p
Pillai's Trace	.01	2.72	2	877	.07
Wilks' Lambda	1	2.72	2	877	.07
Hotelling's Trace	.01	2.72	2	877	.07
Roy's Largest Root	.01	2.72	2	877	.07

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ปรากฏว่า เวกเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพบความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

3.2.1 ข้อมูลพื้นฐาน นำเสนอจำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

	อายุ	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 31 ปี	254	3.40	.51	ปานกลาง
	31-45 ปี	378	3.30	.54	ปานกลาง
	46-60 ปี	194	3.33	.57	ปานกลาง
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	54	3.53	.55	มาก
	รวม	880	3.35	.54	ปานกลาง
ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่า 31 ปี	254	4.01	.72	มาก
	31-45 ปี	378	3.92	.76	มาก
	46-60 ปี	194	3.79	.74	มาก
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	54	3.95	.79	มาก
	รวม	880	3.92	.75	มาก

จากตารางที่ 12 ปรากฏว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.53 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .55 ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี อายุ 46 – 60 ปี และอายุ 31 – 45 ปี มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของ

ประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.40 3.33 และ 3.30 และมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .51 .57 และ .54 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป อายุ 31 – 45 ปี และ อายุ 46 – 60 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ใน ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ 4.01 3.95 3.92 และ 3.79 และมีส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ .72 .79 .76 และ .74 ตามลำดับ

3.2.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องการทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการ ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ด้วย Box's M Test of Equality of Covariance Matrices ปรากฏดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของ ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Box's M	F	df1	df2	p
4.60	.51	9	279597.86	.87

จากตารางที่ 13 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวน ร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของ ประเทศไทย จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M Test of Equality of Covariance Matrices (Box's M) ปรากฏว่า สถิติทดสอบ Box's M เท่ากับ 4.60 ให้ค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ .51 ค่า p เท่ากับ .87 แสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความ เชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยจำแนกตามอายุ ไม่ แตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ตารางที่ 14 การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการ
ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

ตัวแปรตาม	<i>F</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>p</i>
ความพึงพอใจ	1.84	3	876	.14
ความเชื่อมั่น	.43	3	876	.73

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของ
ผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ด้วยสถิติ
Levene's Test of Equality of Error Variances ปรากฏว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจของ
ผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ให้ค่า *p* เท่ากับ .14 ไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม
และความแปรปรวนของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
ของประเทศไทย ให้ค่า *p* เท่ากับ .73 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวน
ของความเชื่อมั่นไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม

จากผลการวิเคราะห์ การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน - ความ
แปรปรวนร่วม และการทดสอบความแปรปรวน ปรากฏว่า ทั้งความพึงพอใจและความเชื่อมั่นเป็นไป
ตามข้อตกลงเบื้องต้น จึงสามารถวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อ
การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยด้วย Bartlett's Test of Sphericity
ปรากฏดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน
เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Likelihood Ratio	Approx. Chi-Square	<i>df</i>	<i>p</i>
.00	390.42	2	.00

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่น
ของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้สถิติทดสอบ
Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ความ

พึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

3.2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ด้วยสถิติ One – way MANOVA ปรากฏผลดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Statistic Test	Value	F	Hypothesis df	Error df	p
Pillai's Trace	.03	3.75	6	1752	.00
Wilks' Lambda	.98	3.75	6	1750	.00
Hotelling's Trace	.03	3.74	6	1748	.00
Roy's Largest Root	.02	4.53	3	876	.00

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ปรากฏว่าเวกเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 มีค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .98 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 6 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .00 แสดงว่า อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นจำแนกตามอายุ ปรากฏว่าอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงต้องพิจารณาผลการทดสอบตัวแปรเดียว (Univariate Test) แสดงดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้
ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	ตัวแปรตาม	Type III Sum of Squares	df	MS	F	p	η^2	Observed Power
อายุ	ความพึงพอใจ	3.43	3	1.14	3.95	.01	.01	.83
	ความเชื่อมั่น	5.01	3	1.67	2.98	.03	.01	.71
Error	ความพึงพอใจ	253.74	876	.29				
	ความเชื่อมั่น	490.61	876	.56				
Total	ความพึงพอใจ	10141.47	880					
	ความเชื่อมั่น	14004.66	880					

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ปรากฏว่า อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าขนาดอิทธิพลของความแตกต่าง (Effect size) อีทา สแควร์ (η^2) เท่ากับ .01 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย (Gravetter & Forzano, 2012, p. 430) และมีค่า Observed Power เท่ากับ .71 - .83 หมายความว่า ผลการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนตัวอย่างและขนาดของอิทธิพลของความแตกต่างเพียงพอต่อการส่งผลให้มีนัยสำคัญทางสถิติจริง (Hair et al., 2010, p. 467)

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ด้วยวิธี Tests of Between - subjects Effects ปรากฏว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีของ Scheffe ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการ
ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยโดยใช้วิธีของ Scheffe จำแนกตาม
อายุ

ตัวแปรตาม	วิธีการเปรียบเทียบ		เปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธีของ Scheffe			
	(I) ช่วงอายุ	(J) ช่วงอายุ	Mean Difference (I-J)	Standard Error	Sig	ผลการทดสอบ
ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 31 ปี	31-45 ปี	.10	.04	.17	ไม่ต่างกัน
		46-60 ปี	.07	.05	.64	ไม่ต่างกัน
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.14	.08	.42	ไม่ต่างกัน
	31 - 45 ปี	46 - 60 ปี	-.03	.05	.93	ไม่ต่างกัน
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.23	.08	.03	ต่างกัน
		46 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.20	.08	.11
ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่า 31 ปี	31-45 ปี	.09	.06	.57	ไม่ต่างกัน
		46-60 ปี	.21	.07	.03	ต่างกัน
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	.06	.11	.96	ไม่ต่างกัน
	31 - 45 ปี	46 - 60 ปี	.13	.07	.30	ไม่ต่างกัน
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.03	.11	1	ไม่ต่างกัน
		46 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.15	.12	.62

ตารางที่ 19 สรุปผลการเปรียบเทียบรายคู่ที่แตกต่างกันของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้
ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	อายุ	ต่ำกว่า 31 ปี	31-45 ปี	46 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 31 ปี	-	.10	.07	-.14
	31-45 ปี	-	-	-.03	-.23 *
	46 - 60 ปี	-	-	-	-.20
ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่า 31 ปี	-	.09	.21 *	.06
	31-45 ปี	-	-	.13	-.03
	46 - 60 ปี	-	-	-	-.15

* $p < .05$

จากตารางที่ 18 และตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ปรากฏว่า ค่า $p < .05$ มีความแตกต่างกันดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนน แตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31 – 45 ปี มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

ความเชื่อมั่น แตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี มีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 46 – 60 ปี

3.3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

3.3.1 ข้อมูลพื้นฐาน นำเสนอจำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 20 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
ความ	เกษตรกร	140	3.34	.52	ปานกลาง
พึงพอใจ	รับจ้างทั่วไป	130	3.43	.53	มาก
	พนักงานบริษัท	107	3.34	.52	ปานกลาง
	นักเรียน/นักศึกษา	94	3.47	.54	มาก
	ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย	240	3.30	.54	ปานกลาง
	แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุราชการ	71	3.38	.57	ปานกลาง
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	98	3.28	.57	ปานกลาง
	รวม	880	3.35	.54	ปานกลาง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

อาชีพ		<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
ความ	เกษตรกร	140	3.97	.68	มาก
เชื่อมั่น	รับจ้างทั่วไป	130	4.09	.77	มาก
	พนักงานบริษัท	107	3.82	.78	มาก
	นักเรียน/ นักศึกษา	94	3.92	.70	มาก
	ประกอบธุรกิจ/ ค้าขาย	240	3.87	.76	มาก
	แม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุราชการ	71	3.82	.76	มาก
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	98	3.91	.80	มาก
	รวม	880	3.91	.75	มาก

จากตารางที่ 20 ปรากฏว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.47 และ 3.43 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54 และ .56 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุราชการ อาชีพเกษตรกร อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพประกอบธุรกิจ/ ค้าขาย และอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.38 3.34 3.30 และ 3.27 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 .52 .54 และ .57 ตามลำดับ

อาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพเกษตรกร อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น อาชีพประกอบธุรกิจ/ ค้าขาย อาชีพพนักงานบริษัท และแม่บ้าน/ ว่างงาน/ เกษียณอายุราชการ มีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ 4.09 3.97 3.92 3.91 3.87 และ 3.82 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .77 .68 .70 .80 .76 .78 และ .76 ตามลำดับ

3.3.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องการทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ด้วย Box's M Test of Equality of Covariance Matrices ปรากฏดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของ ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาค ตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Box's M	F	df1	df2	p
10.92	.60	18	1392167.23	.90

จากตารางที่ 21 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M Test of Equality of Covariance Matrices (Box's M) ปรากฏว่า สถิติทดสอบ Box's M เท่ากับ 10.92 ให้ค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ .60 ค่า p เท่ากับ .90 แสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ไม่แตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ตารางที่ 22 การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรตาม	F	df1	df2	p
ความพึงพอใจ	.33	6	873	.92
ความเชื่อมั่น	.76	6	873	.60

จากตารางที่ 22 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ด้วยสถิติ Levene's Test of Equality of Error Variances ปรากฏว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ให้ค่า p เท่ากับ .92 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม และความแปรปรวนของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ให้ค่า p เท่ากับ .60 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของความเชื่อมั่นไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม

จากผลการวิเคราะห์ ปรากฏว่า การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม และการทดสอบความแปรปรวน ทั้งความพึงพอใจและความเชื่อมั่นเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น จึงสามารถวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้วย Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Likelihood Ratio	Approx. Chi-Square	df	p
.00	387.07	2	.00

จากตารางที่ 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้สถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

3.3.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ด้วยสถิติ One – way MANOVA ปรากฏผลดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Statistic Test	Value	F	Hypothesis df	Error df	p
Pillai's Trace	.03	1.96	12	1746	.02
Wilks' Lambda	.97	1.96	12	1744	.02
Hotelling's Trace	.03	1.96	12	1742	.02
Roy's Largest Root	.01	2.06	6	873	.06

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่ามีค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .97 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 12 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .02 แต่มีค่า Roy's Largest Root เท่ากับ .01 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 6 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .06 จึงยังไม่สามารถสรุปได้ชัดเจนว่า อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นจำแนกตามอาชีพ มีสถิติบางตัวที่สะท้อนให้เห็นว่า อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงต้องพิจารณาผลการทดสอบตัวแปรเดียว (Univariate Test) แสดงดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	ตัวแปรตาม	Type III Sum of Squares	df	MS	F	p	η^2	Observed Power
อาชีพ	ความพึงพอใจ	3.32	6	.55	1.90	.08	.01	.71
	ความเชื่อมั่น	6.46	6	1.08	1.92	.07	.01	.71
Error	ความพึงพอใจ	271.38	872	.31				
	ความเชื่อมั่น	487.02	872	.56				
Total	ความพึงพอใจ	10158.01	880					
	ความเชื่อมั่น	14004.66	880					

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่า อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจและเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

3.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

3.4.1 ข้อมูลพื้นฐาน นำเสนอจำนวนค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

	ประเภทผู้ใช้ถนน	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	แปลผล
ความพึงพอใจ	คนในพื้นที่	440	3.40	.54	ปานกลาง
	นักท่องเที่ยว	220	3.36	.56	ปานกลาง
	ผู้ประกอบการ	220	3.25	.51	ปานกลาง
	รวม	880	3.35	.54	ปานกลาง
ความเชื่อมั่น	คนในพื้นที่	440	3.95	.75	มาก
	นักท่องเที่ยว	220	3.89	.72	มาก
	ผู้ประกอบการ	220	3.88	.79	มาก
	รวม	880	3.92	.75	มาก

จากตารางที่ 26 ปรากฏว่า ผู้ใช้ถนนประเภทคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.40 3.36 และ 3.25 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .54 .56 และ .51 ตามลำดับ

ผู้ใช้ถนนประเภทคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ 3.95 3.89 และ 3.88 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .75 .72 และ .79 ตามลำดับ

3.4.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องการทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ด้วย

Box's M Test of Equality of Covariance Matrices ปรากฏดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Box's M	F	df1	df2	p
9.37	1.56	6	5546255	.16

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M Test of Equality of Covariance Matrices (Box's M) ปรากฏว่า สถิติทดสอบ Box's M เท่ากับ 9.37 ให้ค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 1.56 ค่า p เท่ากับ .16 แสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ไม่แตกต่างกัน จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ตารางที่ 28 การทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

ตัวแปรตาม	F	df1	df2	p
ความพึงพอใจ	1.22	2	877	.30
ความเชื่อมั่น	3.18	2	877	.04

จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ด้วยสถิติ Levene's Test of Equality of Error Variances ปรากฏว่า ความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ให้ค่า p เท่ากับ .30 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม และความแปรปรวนของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

ให้ค่า p เท่ากับ .04 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$) แสดงว่า ความแปรปรวนแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม

จากผลการวิเคราะห์ ปรากฏว่า การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วม และการทดสอบความแปรปรวน ของความพึงพอใจเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น จึงสามารถวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยด้วย Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Likelihood Ratio	Approx.Chi-Square	df	p
.00	391.86	2	.00

จากตารางที่ 29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน โดยใช้สถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น จึงสามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุได้

3.4.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ด้วยสถิติ One – way MANOVA ปรากฏผลดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Statistic Test	Value	F	Hypothesis df	Error df	p
Pillai's Trace	.02	3.31	4	1754	.01
Wilks' Lambda	.99	3.32	4	1752	.01
Hotelling's Trace	.02	3.32	4	1750	.01
Roy's Largest Root	.02	6.39	2	877	.00

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ปรากฏว่า เวกเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4** มีค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .99 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 4 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .01 แสดงว่าประเภทผู้ใช้ถนนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่น จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ปรากฏว่า ประเภทผู้ใช้ถนนแตกต่างกันมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงต้องพิจารณาผลการทดสอบตัวแปรเดียว (Univariate Test) แสดงดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

แหล่งความแปรปรวน	ตัวแปรตาม	Type III Sum of Squares	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	η^2	Observed Power
ประเภทผู้ใช้ถนน	ความพึงพอใจ	3.37	2	1.69	5.83	.00	.01	.87
	ความเชื่อมั่น	.75	2	.38	.66	.52	.00	.16
Error	ความพึงพอใจ	253.80	877	.29				
	ความเชื่อมั่น	494.87	877	.56				
Total	ความพึงพอใจ	10141.47	880					
	ความเชื่อมั่น	14004.66	880					

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ปรากฏว่า ประเภทผู้ใช้ถนนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าขนาดอิทธิพลของความแตกต่าง (Effect Size) อีทา สแควร์ (η^2) เท่ากับ .00 - .01 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย (Gravetter & Forzano, 2012, p. 430) และมีค่า Observed Power เท่ากับ .16 - .87 หมายความว่า ผลการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนตัวอย่างและขนาดของอิทธิพลของความแตกต่างเพียงพอต่อการส่งผลให้มีความสำคัญทางสถิติจริง (Hair et al., 2010, p. 467)

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนนด้วยวิธี Tests of Between - subjects Effects ปรากฏว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีของ Scheffe ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยใช้วิธีของ Scheffe จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

ตัวแปรตาม	วิธีการเปรียบเทียบ		เปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธีของ Scheffe			
	(I) ประเภทผู้ใช้ถนน	(J) ประเภทผู้ใช้ถนน	Mean Difference (I-J)	Standard Error	Sig	ผลการทดสอบ
ความพึงพอใจ	คนในพื้นที่	นักท่องเที่ยว	.04	.04	.73	ไม่ต่างกัน
		ผู้ประกอบการ	.15	.04	.00	ต่างกัน
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	.12	.05	.08	ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 33 สรุปผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

ตัวแปรตาม	ประเภทผู้ใช้ถนน	คนในพื้นที่	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ
ความพึงพอใจ	คนในพื้นที่	-	.04	.15 *
	นักท่องเที่ยว	-	-	.12

* $p < .05$

จากตารางที่ 32 และตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ปรากฏว่า ค่า $p < .05$ มีความแตกต่างกันดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนน แตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ใช้ถนนประเภทคนในพื้นที่ มีความพึงพอใจถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย สูงกว่าผู้ใช้ถนนประเภทผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 คน ซึ่งมีการสัมภาษณ์ทั้งหมด 17 ครั้ง ซึ่งบางครั้งมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์มากกว่า 1 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การสัมภาษณ์ครั้งที่ 1 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 คน (01A, 01B และ 01C)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 2 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (02)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 3 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน (03A และ 03B)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 4 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (04)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 5 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (05)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 6 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (06)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 7 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (07)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 8 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (08)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 9 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (09)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 10 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน (10A, 10B, 10C, 10D, 10E และ

10F)

- การสัมภาษณ์ครั้งที่ 11 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (11)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 12 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (12)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 13 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (13)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 14 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (14)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 15 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (15)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 16 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (16)
 การสัมภาษณ์ครั้งที่ 17 มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 1 คน (17)

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาหาความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล

ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน แสดงดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์เนื้อหาของความพึงพอใจ

ประเภท ผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
คนในพื้นที่	1. ลักษณะถนน และทางจักรยาน	01B	“...มีการออกแบบดี ถนนเส้นนี้ ทำดี เหมาะสม...”	คนในพื้นที่มี ความพึงพอใจ
		03A	“...เหมือนว่าเวลาถนนมันดี นักท่องเที่ยวก็เยอะ คนเขาก็มา กัน”	ต่อลักษณะถนน เนื่องจากถนน และทางจักรยาน

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้นน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
			“พอใจ พอใจมาก โครงการนี้ดี ทำให้สะดวกสบาย และสวยงาม ด้วย”	มีความสวยงาม มีความ เหมาะสม
			“...นักท่องเที่ยวเขาก็ชอบมา ถ่ายรูป เพราะถนนมันสวยไง...”	
		03B	“สวยงาม...”	
		05	“...เป็นถนนอีกเส้นหนึ่งที่มีความ สวยงาม...”	
		12	“กรมทางหลวงชนบทเขาทำทาง มีแต่สวย ๆ...”	
		14	“ภาพรวมพอใจครับที่มีถนนเส้น นี้ มีทางสวย ๆ ให้ปั่น ได้เที่ยว ...”	
		16	“ต้องยอมรับว่าถนนเส้นนี้สร้าง มาเพื่อการท่องเที่ยว จึงได้ ออกแบบมาสวยงาม ใครมาก็ ต้องมาถ่ายรูป และต้องไปดูให้ได้ โดยภาพรวมแล้วผมพอใจมาก”	
2. จุดพักรถ		03A	“...กำลังจะทำร้านค้าชุมชน กำลังจะต่อเติม เพื่อจะให้ ชาวบ้านเข้าไปขายของ ก็ สร้างรายได้จากตรงนั้น...”	คนในพื้นที่มี ความพึงพอใจ ต่อจุดพักรถ เนื่องจากจุด
			“...ทำให้พื้นที่เราดูสวยงาม”	พักรถมีความ
			“...นักท่องเที่ยวเขาก็ชอบมา ถ่ายรูป เพราะถนนมันสวย สะอาดก็สวย จุดชมวิว จุดพักรถ อะไรพวกนี้”	สวยงาม มี ห้องน้ำคอย อำนวยความสะดวก

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้นน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
		04	“...ห้องน้ำของจุดพักรถมีคนเข้า ตลอด มีคนมาแวะตลอดเลย...”	และยังสามารถ ทำร้านค้าชุมชน เพื่อสร้างรายได้ ให้กับชาวบ้าน ได้
		12	“...เป็นเส้นทางที่มีที่พักรถ สวย ๆ ...”	
	3. จุดชมวิว	01C	“จุดที่เป็นไฮไลท์ของถนนเส้นนี้ สวย”	คนในพื้นที่มี ความพึงพอใจ
		03A	“...การท่องเที่ยว สวยงามดี...” “...เนินนางพญามันสวยไง ดีกว่า เดิมเยอะ...” “...นักท่องเที่ยวเขาก็ชอบมา ถ่ายรูป เพราะถนนมันสวยไง สะพานก็สวย จุดชมวิว จุดพักรถ อะไรพวกนี้”	ต่อจุดชมวิว เนื่องจาก มีจุด ชมวิวยที่สวยงาม เหมาะสมแก่ การท่องเที่ยว
		05	“...ส่วนที่สวยงามที่สุดน่าจะเป็นเนิน นางพญา...” “...ภูมิทัศน์สวยงามดี...”	
		09	“...เนินนางพญาเป็นแลนด์มาร์ค เพราะใครมาก็ต้องไปถ่ายรูป ก่อน...”	
นักท่องเที่ยว	1. ลักษณะถนน และทางจักรยาน	10A	“ผมว่าดีนะ สวย บรรยากาศดี”	นักท่องเที่ยว พึงพอใจต่อ
		10E	“ดีครับ ถนนเรียบดีครับ”	ลักษณะถนน
		10F	“ดีครับ สวยดี”	และทางจักรยาน เนื่องจากถนน เรียบและ สวยงาม

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้งาน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
	2. จุดพักรถ			
	3. จุดชมวิว	10F	“ชอบตรงสะพานครับ” “ตรงนั้นยื่นถ่ายรูปกันเยอะนะ สวยครับ ชอบตรงนั้น ถ้าอากาศ ดีจะสวยมาก”	นักท่องเที่ยว พึงพอใจต่อจุด ชมวิว เนื่องจาก จุดชมวิวมีความ สวยงาม
ผู้ประกอบการ	1. ลักษณะถนน และทางจักรยาน	08	“ถนนเรียบดี...” “คนใช้จักรยานก็สบาย...พอมือ แถบข้าง ๆ ที่เป็นสีแดง ก็สะดวก มากขึ้น”	ผู้ประกอบการมี ความพึงพอใจ ต่อลักษณะถนน และทางจักรยาน เนื่องจากถนนมี ความสวยงาม ถนนเรียบ มี การตีเส้นทาง จักรยานอย่าง ชัดเจน
		17	“...ถนนเส้นนี้มีความสวยงาม...” “...ทั้งสวยงามและเป็นเส้นทาง ลัดได้ด้วย ผมใช้ตลอดเลย...” “...ถนนก็เรียบกว่า ขับง่ายกว่า”	
	2. จุดพักรถ			
	3. จุดชมวิว	08	“สวยค่ะ สวยมากเลย” “...ที่เป็นริมทะเล...สวยดี ไป คล้องกุญแจมาแล้ว”	ผู้ประกอบการมี ความพึงพอใจ ต่อจุดชมวิว เนื่องจากมี ความสวยงาม

จากการวิเคราะห์เนื้อหาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้งาน สามารถสรุปได้ดังนี้
คนในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจต่อลักษณะถนนเนื่องจาก ถนนและทางจักรยานมีความสวยงาม
มีความเหมาะสม จุดพักรถมีความสวยงาม มีห้องน้ำไว้คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

และยังสามารถทำร้านค้าชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านได้ จุดชมวิวมิถุภัณฑ์ที่สวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้

นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อลักษณะถนนและทางจักรยานเนื่องจากถนนเรียบและสวยงาม นอกจากนี้จุดชมวิวยังมีความสวยงามอีกด้วย

ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อลักษณะถนนและทางจักรยานเนื่องจากถนนมีความสวยงาม ถนนเรียบ มีการตีเส้นทางจักรยานอย่างชัดเจน และจุดชมวิวมิถุภัณฑ์ที่สวยงาม

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน แสดงดังตารางที่ 37

ตารางที่ 35 การวิเคราะห์เนื้อหาของความเชื่อมั่น

ประเภท ผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
คนในพื้นที่	1. ถนนสายนี้ พัฒนาเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวชายทะเล ระดับสากลได้	01A	“มีแนวโน้มที่ว่าจะดีขึ้น ดี ขึ้นมาก”	คนในพื้นที่ เชื่อมั่นว่าถนน
		02	“อันนี้เป็นไฮไลท์ สองจุดนี้ เจ้า หลาวเริ่มก่อน แล้วตามมาด้วย เนินนางพญา..”	สายนี้พัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยว ชายทะเลระดับ
		07	“...เพราะถูกก่อสร้างเพื่อเสริม ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ แล้ว”	สากลได้ เนื่องจาก ถนน สายนี้ถูกสร้าง
		12	“...โปรโมทในลักษณะว่าเรามี เส้นทางหนึ่งในประเทศไทย สวยงามที่สุด เป็นเส้นทางเพื่อ การท่องเที่ยว เป็นเส้นทาง ตัวอย่าง...”	ขึ้นมาเพื่อเสริม ยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยว ทั้ง ยังเป็นเส้นทางที่ มีสถานที่
		16	“ถนนเส้นนี้เป็นถนนที่ สวยงาม...”	ท่องเที่ยวที่ถือว่า สวยงามที่สุดใน ประเทศไทยอีก แห่งหนึ่ง

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
	2. ช่วยแบ่งเบา การจราจรของถนน สายหลัก (สุขุมวิท) ได้	11	“...การค้าของประมงชายฝั่งต้อง ใช้เส้นนี้ เพราะไม่ยอมออกไป คับคั่งการจราจรกับถนนสุขุมวิท เส้นนี้เป็นเส้นระบาย...” “...ถนนเฉลิมบูรพาชลทิตเป็น ถนนที่ระบายอย่างดีเลยครับ...”	คนในพื้นที่ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้สามารถ ช่วยแบ่งเบา การจราจรของ ถนนสายหลัก (สุขุมวิท) ได้ เนื่องจากถนน สุขุมวิท การจราจร ค่อนข้างคับคั่ง คนจึงหันมาใช้ ถนนเส้นนี้แทน
	3. เมื่อเกิด สถานการณ์ฉุกเฉิน บนถนนสายหลัก ถนนสายนี้ทดแทน การเดินทางถนน สายหลักได้			
	4. ช่วยให้การ คมนาคมในภาค ตะวันออกสะดวก รวดเร็วขึ้น	02 03A	“ตรงนั้นเดิมทีชาวบ้านก็สัญจร กันไปมาไม่ได้...” “...ทางสัญจรสะดวก” “แต่ก่อนชาวบ้านเขาก็ข้ามเรือ ครับ เรือข้ามไปข้ามมา ฝั่งเจ้า หลาวกับฝั่งตะกาดเจ้า”	คนในพื้นที่ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้ช่วยให้การ คมนาคมในภาค ตะวันออก สะดวกรวดเร็ว ขึ้น

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้งาน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
			“...ใช้เส้นทางนี้วิ่ง แล้วไปเชื่อม กับตราด แหลมสิงห์ เดี่ยวนี้ทะเล เส้นนี้มันง่าย สมัยก่อนไม่มี สะพาน ไม่มีทางนี้ เขาก็ต้องวิ่ง อ้อมจันทบุรีไปทางโน้น เดี่ยวนี้ วิ่งเส้นนี้สบาย”	เนื่องจากดั้งเดิม การสัญจรไปมา หาสู้กัน ค่อนข้างลำบาก แต่ปัจจุบัน การสัญจร สะดวกขึ้น
		03B	“พอทำสะพานแล้วก็สะดวกขึ้น สะพานแหลมสิงห์สร้าง ก็ดีขึ้นเยอะ...”	
			“แต่ก่อนไม่มีถนนตัดผ่านแบบนี้ หรือ”	
			“แต่ก่อนไปไหนก็ไม่ได้ ต้องลง เรือ”	
		04	“การคมนาคมสะดวกสบาย ยิ่งขึ้น...”	
		11	“...ถามว่าทุกวันนี้ได้รับความ สะดวกไหม ตอบเลยว่าได้รับ ความสะดวกเป็นอย่างดี...”	
		13	“...การคมนาคมสะดวก..”	
5. ช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง/ ขนส่ง		11	“...ย่นระยะทางได้ตั้ง 36 กิโลเมตร...”	คนในพื้นที่ เชื่อมั่นว่าถนน
		13	“...รถขนส่งสินค้าก็เริ่มเดินทาง นี้ เพราะเป็นการย่นระยะทาง จากตราดไปกรุงเทพฯ โอ้โฮ ย่น ได้เยอะนะ...”	ถนนสายนี้ช่วย ลดค่าใช้จ่ายใน การเดินทาง/ ขนส่ง เนื่องจาก ถนนสายนี้

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้งาน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
		14	“...ผมไปกรุงเทพฯก็ยังไม่ใช้ทางนี้เลย ไกลกว่าเราวิ่งเข้าเมืองจันทร์ตั้ง 40 กว่ากิโล”	สามารถช่วยย่นระยะเวลาในการเดินทาง
6. ช่วยเพิ่มสาย ทางการท่องเที่ยว ในภาคตะวันออก		02	“ณ ปัจจุบันก็เป็นการท่องเที่ยวจริง ๆ แล้วมีหลายแห่งเลยนะ ไม่ใช่ว่าจะท่องเที่ยวในเชิงธรรมชาติอย่างเดียว ปัจจุบันก็เป็นการท่องเที่ยวในเชิงนันทนาการ การออกกำลังกายด้วย...”	คนในพื้นที่เชื่อมั่นว่าถนนสายนี้ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก เนื่องจากถนน
		03A	“...ถนนเส้นนี้ที่สร้างขึ้นก็เพราะว่าได้เรื่องการท่องเที่ยวเยอะ”	เส้นนี้มีลักษณะที่เหมาะสมกับ
		05	“...ตามเส้นทางของถนนเฉลิมบูรพาชลทิตมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ หลายจุด...” “เป็นลักษณะของการขับรถท่องเที่ยววนะครับ...แล้วก็ท่องเที่ยวมาตามเส้นทาง และแวะเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว”	การขับรถท่องเที่ยวไปตามเส้นทาง ทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายอีกด้วย
		12	“...เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเขาก็ขับรถมาเที่ยวกัน...”	
		16	“...ใครมาระยองก็พุดถึงและอยากขับรถไปดูการท่องเที่ยว...”	

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
	7. กระจายความ เจริญมาสู่ท้องถิ่น	01A	“...คือที่พัทจะเกิดขึ้นก่อนหน้า ไม่ได้หรอก เพราะเริ่มมีความ เจริญมาได้ประมาณ 1 ปี” “เกิดจากการสร้างถนนเส้นนี้ขึ้น มีความเจริญมากยิ่งขึ้น...” “...แต่ถ้าไม่สร้างถนนเส้นนี้ ขึ้นมาก็ไม่มีมาเจริญหรอก” “คุณแล้วมันเจริญเร็วมาก”	คนในพื้นที่ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้สามารถ กระจายความ เจริญ มาสู่ท้องถิ่น เพราะหลังจากที่ ถนนเส้นนี้สร้าง เสร็จได้เกิด การเปลี่ยนแปลง ไปในทางที่ดีขึ้น
		01C	“...จนกระทั่งถนนเส้นนี้เกิดขึ้น ถึงเจริญ...”	เสร็จได้เกิด การเปลี่ยนแปลง
		03B	“ทำให้เจริญขึ้น”	ไปในทางที่ดีขึ้น
		04	“...ได้เห็นถึงความเจริญที่เพิ่ม มากขึ้น เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ ดีขึ้น...”	มีความเจริญมาสู่ ท้องถิ่นมากขึ้น
นักท่องเที่ยว	1. ถนนสายนี้ พัฒนาเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวชายทะเล ระดับสากลได้			
	2. ช่วยแบ่งเบา การจราจรของถนน สายหลัก (สุขุมวิท) ได้			

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้ถนน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
	3. เมื่อเกิด สถานการณ์ฉุกเฉิน บนถนนสายหลัก ถนนสายนี้ทดแทน การเดินทางถนน สายหลักได้			
	4. ช่วยให้การ คมนาคมในภาค ตะวันออกสะดวก รวดเร็วขึ้น			
	5. ช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง/ ขนส่ง			
	6. ช่วยเพิ่มสาย ทางการท่องเที่ยว ในภาคตะวันออก			
	7. กระจายความ เจริญมาสู่ท้องถิ่น			
ผู้ประกอบการ	1. ถนนสายนี้ พัฒนาเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวชายทะเล ระดับสากลได้			
	2. ช่วยแบ่งเบา การจราจรของถนน สายหลัก (สุขุมวิท) ได้			

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้งาน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
	3. เมื่อเกิด สถานการณ์ฉุกเฉิน บนถนนสายหลัก ถนนสายนี้ทดแทน การเดินทางถนน สายหลักได้			
	4. ช่วยให้การ คมนาคมในภาค ตะวันออกสะดวก รวดเร็วขึ้น	08	“สะดวกขึ้นค่ะ อย่างที่ไปแหลม สิงห์ ข้ามสะพานแหลมสิงห์ยัง สะดวก ตอนไปตราดอีก ปกติ จะต้องอ้อมไปทางจันทบุรี ไป ทางสุขุมวิทโน่นเลย หลัง ๆ นี่ไม่ ต้อง เราข้ามทางนี้สะดวก...” “...สะดวกขึ้นกว่าเดิม”	ผู้ประกอบการ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้ช่วยให้ การคมนาคมใน ภาคตะวันออก สะดวกรวดเร็ว ขึ้น เนื่องจาก ไม่ต้องเดินทาง อ้อมไปทาง สุขุมวิท จึงทำให้ การเดินทาง สะดวกขึ้น กว่าเดิม
	5. ช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง/ ขนส่ง	08	“ประหยัดขึ้นเยอะเลย” “...ต่างกันเป็นพันเลยนะต่อ เที่ยว” “ก็ดีนะช่วยประหยัดน้ำมัน...” “...ช่วยทำให้ประหยัดได้มากขึ้น กว่าเดิม...”	ผู้ประกอบการ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้ช่วยลด ค่าใช้จ่ายใน การเดินทาง/ ขนส่ง เนื่องจาก สามารถย่น ระยะทาง ช่วย

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ประเภท ผู้ใช้นน	ประเด็น	รหัสผู้ให้ ข้อมูลหลัก	ข้อมูลสนับสนุน	ข้อความ เชิงวิเคราะห์
		15	“...ชุมชนเราเป็นชุมชนปิด แต่พอ สะพานเสร็จก็สามารถข้ามไปฝั่ง แหลมสนและไปต่อแหลมแม่พิมพ์ มันจะใกล้ ระยะทางย่นจากถนน หลักเดิม 30 กิโลเมตร	ประหยัดเงิน ประหยัดเวลา และประหยัด น้ำมัน
		17	“...ช่วยลดระยะทางครับ ลดไป ประมาณ 20 – 30 กิโลเมตร” “...ถ้าคิดเฉลี่ยแล้วก็ประมาณ 500 บาทต่อเที่ยว”	
6. ช่วยเพิ่มสาย ทางการท่องเที่ยว ในภาคตะวันออก		08	“ถ้าไปเที่ยวชายทะเลเขาก็วิ่งไป ทางนี้...”	ผู้ประกอบการ เชื่อมั่นว่าถนน สายนี้ ช่วยเพิ่ม สายทาง การท่องเที่ยวใน ภาคตะวันออก เนื่องจากเป็น เส้นทางที่ สามารถเข้าไปถึง แหล่งท่องเที่ยว ได้
	7. กระจายความ เจริญมาสู่ท้องถิ่น			

จากการวิเคราะห์เนื้อหาความเชื่อมั่นของผู้ใช้นนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
ภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้นน สรุปได้ดังนี้
คนในพื้นที่เชื่อมั่นว่าถนนสายนี้สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลได้
เนื่องจาก ถนนสายนี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นเส้นทางที่มีสถานที่

ท่องเที่ยวที่ถือว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทยอีกแห่งหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยแบ่งเบาภาระจราจรของถนนสายหลัก (สุขุมวิท) ได้ เนื่องจากถนนสุขุมวิทการจราจรค่อนข้างคับคั่ง คนจึงหันมาใช้ถนนเส้นนี้แทน ทำให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น จากดั้งเดิมการสัญจรไปมาหาสู่กันค่อนข้างลำบาก ปัจจุบันการเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง ย่นระยะเวลาในการเดินทาง นอกจากนี้ถนนยังช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก เพราะถนนเส้นนี้มีลักษณะที่เหมาะสมกับการขับรถเที่ยวตามเส้นทาง ทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และสามารถกระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น เมื่อถนนเส้นนี้สร้างเสร็จได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น มีความเจริญมาสู่ท้องถิ่นมากขึ้น

ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าถนนสายนี้ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น เนื่องจากไม่ต้องเดินทางอ้อมไปทางสุขุมวิท จึงทำให้การเดินทางสะดวกขึ้นกว่าเดิม ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง เพราะสามารถย่นระยะทาง ช่วยประหยัดเงิน ประหยัดเวลา และประหยัดน้ำมัน นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุ พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเล จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้มาจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ ที่ใช้บริการถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 880 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์จำนวน 25 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณระหว่างเดือนมีนาคม – เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้สัมภาษณ์ระหว่างเดือนเมษายน – เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 สำหรับตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย 1) ตัวแปรต้น ซึ่งเป็นลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้ถนน มี 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และประเภทผู้ใช้ถนน และ 2) ตัวแปรตาม มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้ถนน และความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากโครงการประเมินผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าเฉลี่ย ความถี่ และร้อยละ นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่น โดยใช้สถิติ One – way MANOVA ด้วยการโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ ปรากฏว่า เวคเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

2. จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ ปรากฏว่า เวคเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .98 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 6 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .00 แสดงว่าอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

3. จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ ปรากฏว่า เวคเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

4. จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ปรากฏว่า เวคเตอร์ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .99 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 4 และค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .01 แสดงว่าประเภทผู้ใช้ถนนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

5. จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน ปรากฏว่า คนในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจต่อลักษณะถนนเนื่องจาก ถนนและทางจักรยานมีความสวยงาม มีความเหมาะสม จุดพักรถมีความสวยงาม มีห้องน้ำไว้คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และยังสามารถทำร้านค้าชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านได้ จุดชมวิวมิถุมิทัศน์ที่สวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังเชื่อมั่นว่าถนนสายนี้สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้ เนื่องจากถนนสายนี้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นเส้นทางที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ถือว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทยอีกแห่งหนึ่ง และช่วยแบ่งเบาการจราจรของถนนสายหลัก (สุขุมวิท) ได้ เนื่องจากถนนสุขุมวิทการจราจรค่อนข้างคับคั่ง คนจึงหันมาใช้ถนนเส้นนี้แทน ทำให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น จากดั้งเดิมการสัญจรไปมาหาสู่กันค่อนข้างลำบาก ปัจจุบันการเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง ย่นระยะเวลาในการเดินทาง ทั้งยังช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก เพราะถนนเส้นนี้มีลักษณะที่เหมาะสมกับการขับรถท่องเที่ยวไปตามเส้นทาง มีสถานที่

ท่องเที่ยวหลากหลาย และสามารถกระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น เมื่อถนนเส้นนี้สร้างเสร็จได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น มีความเจริญมาสู่ท้องถิ่นมากขึ้น ด้านนักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อลักษณะถนนและทางจักรยานเนื่องจากถนนเรียบและสวยงาม นอกจากนี้จุดชมวิวยังมีความสวยงามอีกด้วย ส่วนผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อลักษณะถนนและทางจักรยานเนื่องจากถนนมีความสวยงาม ถนนเรียบ มีการตีเส้นทางจักรยานอย่างชัดเจน และจุดชมวิวยังมีความสวยงาม นอกจากนี้ยังเชื่อมั่นว่าถนนสายนี้ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสะดวกรวดเร็วขึ้น เนื่องจากไม่ต้องเดินทางอ้อมไปทางสุขุมวิท จึงทำให้การเดินทางสะดวกขึ้นกว่าเดิม ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่ง อันเนื่องจากสามารถย่นระยะทาง ช่วยประหยัดเงิน ประหยัดเวลา และประหยัดน้ำมัน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะเป็นเส้นทางที่สามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยจำแนกเป็น 4 ประเด็น ตามตัวแปรต้นที่ใช้ศึกษา ดังนี้

1. เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาปรากฏว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องเพศนั้นมีผลการวิจัยที่แตกต่างกันไปตามแต่กรณีและตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาบางส่วนพบว่าเพศไม่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกและความคิดของบุคคล เช่น การศึกษาของนันทิตา เพชรภรณ์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่ ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ในขณะที่การศึกษาบางส่วนพบว่าเพศมีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก และความคิดของบุคคล เช่น การศึกษาของของเจตน์สถุณี สังข์พันธ์, เก็ดดา บุญปราการ, ชุติมา หวังเบญจมาศ และอรุณพร อธิมาตรไมตรี (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจทุกด้านไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สุวดี ไรกรสกุล และจุฑาภรณ์ คงรักษ์กวิน (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของพนักงานสอบสวนในเขตพื้นที่สถานีตำรวจภูธรบางกรวย ปรากฏว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานสอบสวนในเขตพื้นที่ สถานีตำรวจภูธรบางกรวย ไม่แตกต่างกัน ทั้งยังสอดคล้องกับนันทพร ศรีวิไล, ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช และจตุรงค์ ศรีวงษ์วรรณ (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่าแม้ผู้ใช้ถนนมีเพศแตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้ถนนไม่แตกต่างกัน

2. อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอายุ 31-45 ปี ขณะที่กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี มีค่าเฉลี่ยของความเชื่อมั่นสูงกว่ากลุ่มอายุ 46 - 60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาวิจัยในบริบทต่าง ๆ ที่มีการเปรียบเทียบตัวแปรต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มอายุ แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ทักษะคิด ความรู้ และความคาดหวังแตกต่างกัน โดยการศึกษาของบุษบา นักพื่อน และสถาพร สันติบุตร (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของประชาชนต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนของเทศบาลตำบล ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ปรากฏว่า ผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน ขณะที่การศึกษาของวิมลพรรณ อาภาเวท และฉันทนา ปาปัดถา (2556) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม ต่อปัญหาสภาวะโลกร้อน ของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปรากฏว่า อายุต่างก็มีความรู้ และทักษะคิดต่อปัญหาสภาวะโลกร้อนของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของวิณา กุศลสมบุรณ์ โศภนา น้อยนิวรรณ์ และวันเพ็ญ สุขสง (2554) เรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตน โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา ปรากฏว่า ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์แตกต่างกัน นอกจากนี้ศจีพรรณ แสงอ่อน (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและความต้องการของประชาชนต่อการให้บริการงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ของเทศบาลเมืองพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ปรากฏว่า ผู้ที่มีอายุต่างกันมีปัญหาต่อการให้บริการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมของเทศบาลเมืองพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันไป เช่นเดียวกับ สุพรรณณี เสริมศรี และกนกกานต์ แก้วนุช (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง ปรากฏว่า อายุต่างก็มีความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยองแตกต่างกัน

3. อาชีพแตกต่างกัน มีความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในบริบทต่าง ๆ มีการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับอารมณ์ ความคิด และความรู้สึกจำแนกตามอาชีพ ซึ่งในแต่ละงานวิจัยมีการแบ่งกลุ่มอาชีพแตกต่างกันไป บางงานวิจัยมีการแบ่งกลุ่มโดยละเอียด เช่นเกี่ยวกับงานวิจัยในครั้งนี้ ขณะที่บางงานวิจัยมีการแบ่งกลุ่มแบบกว้าง ๆ โดยเน้นเฉพาะภาพรวม ดังนั้นจึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลการศึกษาที่ผ่านมาไม่มีความแตกต่างกันไป บางงานวิจัยพบว่าอาชีพ

แตกต่างกันจะมีอารมณ์ ความรู้สึกต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน ดังงานวิจัยของชวัญดี ศรีโพโรจน์ และ ละเอียด ศิลาน้อย (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค: กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนันทพร ศรีวิไล, ปิยนินธุ โชติวินิช และจาตุรงค์ ศรีวงษ์วรรณ (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวม รายด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกัน ในขณะที่การศึกษาบางส่วนพบว่าอาชีพไม่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก และความคิดของบุคคล เช่น การศึกษาของสุวดี ไรสกุล และจุฑาภรณ์ คงรักษ์กวิน (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของพนักงานสอบสวนในเขตพื้นที่สถานีตำรวจภูธรบางกรวย ปรากฏว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานสอบสวนในเขตพื้นที่ สถานีตำรวจภูธรบางกรวย ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าแม้ผู้ใช้นมีอาชีพที่ต่างกัน แต่มีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อการใช้นไม่แตกต่างกัน

4. ประเภทผู้ใช้นแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน โดยคนในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ประกอบการ ตามลำดับ ซึ่งประเภทผู้ใช้นถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรเนาว์ ทศศรี (2559) ในการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการปรับหลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการปรับหลักสูตรถึงร้อยละ 80 ขึ้นไป อาจเนื่องด้วยสามารถนำไปพัฒนาความรู้ คุณธรรมจริยธรรม ทักษะทางปัญญา ทักษะการปฏิบัติทางวิชาชีพ ทักษะการวิเคราะห์ สื่อสาร และเทคโนโลยี จะเห็นได้ว่าในการดำเนินโครงการใด ๆ หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้มีส่วนร่วมในการรับรู้ ประเมิน หรือมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ใด ๆ ของโครงการจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่สนใจต่อโครงการนั้น ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทิพย์ฉิมพร เกษโกมล และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมบางส่วนหรือเล็กน้อยในการประเมินคุณภาพจะทำให้เขารู้สึกไม่เห็นด้วยกับกระบวนการประกันคุณภาพ และยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ทำให้ไม่สามารถจัดเข้าสู่ระดับที่มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ได้ ประเภทผู้ใช้นเป็นกลุ่มที่จัดขึ้นตามวัตถุประสงค์ในการใช้น ซึ่งในงานวิจัยนี้จัดเป็น 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มนอกจากมีความแตกต่าง

ในด้านลักษณะทั่วไปแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วม และความเกี่ยวข้องกับถนนเส้นดังกล่าวด้วย ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับถนนเส้นนี้มากอาจมีความรู้สึกต่าง ๆ ลึกซึ้งกว่ากลุ่มอื่น ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ดังกล่าวจึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเภทผู้ใช้ถนนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นแตกต่างกันด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนในพื้นที่เป็นกลุ่มที่ต้องเกี่ยวข้องและใช้ถนนมากที่สุด จึงมีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยไปใช้ในการออกแบบแผนหรือส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อให้ตรงตามลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมากขึ้น
2. โครงการสร้างถนนส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของถนนเป็นหลัก อย่างไรก็ตามการคำนึงถึงความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อการใช้ถนนเป็นอีกประเด็นสำคัญที่ไม่ควรละเลย เนื่องจากสามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น ผู้สูงอายุ หรือ ผู้พิการ ที่มีความลำบากต่อการเดินทางท่องเที่ยวผ่านถนนเส้นนี้ เนื่องจากถนนเพื่อการท่องเที่ยวที่ดีควรสามารถตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน
2. ควรมีการสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นเป็นระยะ ๆ เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการประเมินผู้ที่เกี่ยวข้องในช่วงที่ถนนสร้างเสร็จใหม่ ๆ ดังนั้น ถนนจึงยังมีความสมบูรณ์และพร้อมใช้งาน แต่เมื่อถนนผ่านการใช้งานมาแล้วในระยะเวลาหนึ่ง อาจทำให้ถนนเกิดการชำรุด ทรุดโทรม ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจและความเชื่อมั่นได้

บรรณานุกรม

- กรมทางหลวงชนบท. (2552). *รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาแนวทางการจัดทำโครงการและออกแบบเส้นทางชมทิวทัศน์ (Scenic Route)*. กรุงเทพฯ: กรมทางหลวงชนบท.
- กรมทางหลวงชนบท. (2553). ถนนเลียบชายฝั่งทะเลตะวันออก ระยะยง จันทบุรี ตราด. *ทางหลวงชนบท*, 7(9), 4.
- กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม, บริษัท เอ็ม เอ คอนซัลแตนท์ จำกัด, บริษัท วิซชากร จำกัด และ บริษัท พีรี ดีเวลลอปเมนต์ คอนซัลแตนท์ จำกัด. (2548). *รายงานผลการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลในการคาดการณ์ปริมาณจราจร โครงการศึกษาความเหมาะสม ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม และสำรวจออกแบบรายละเอียด โครงข่ายถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด*. กรุงเทพฯ: กรมทางหลวงชนบท.
- กรมทางหลวงชนบท. (ม.ป.ป.). *มหัศจรรย์ถนนเลียบอ่าวไทย*. กรุงเทพฯ: กรมทางหลวงชนบท.
- กิตติวัฒน์ วัฒนานันทพัฒน์, ศราวุธ โชคชัยวรรตน์, เบญจวรรณ สร้างนิทร และสมชาย ชูณรงค์ (2556). แรงจูงใจและความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบังในการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์กรมศุลกากร 5 ปี (2551 – 2555). *วารสารวิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 8(2), 51 – 65.
- เกอร์สัน, ริชาร์ด เอฟ. (2547). *คู่มือปฏิบัติ วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Measuring Customer Satisfaction)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). (พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, แปล). กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.
- ขวัญดี ศรีไพโรจน์ และละเอียด ศิลาน้อย. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุค: กรณีศึกษาตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. *กระแสด้านธรรม*, 16(30), 3 – 14.
- จิรเนาว์ ทศศรี. (2559). ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการปรับหลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 7(3), 74 – 84.
- จารีรัตน์ ดาวสวย (2555). การเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพหุภาคีกับหัวหน้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยว*, 7(2), 57 – 68.
- เจตน์สถุณี สังข์พันธ์ เกิดถาวา บุญปรากฏ ชูติมา หวังเบ็ญหมัด และอรุณพร อธิมาตรไมตรี. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 33(1), 25 – 50 .

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ Service Marketing and Management*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2552). ความไว้วางใจในองค์การของประเทศไทยศึกษาเปรียบเทียบกับองค์การภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน. ใน *โครงการประชุมเวทีวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 2* (หน้า 356 – 364). ชลบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา.
- โชคนิติ แสงล่อ และสุชาดา กรเพชรปानी. (2558). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความจงรักภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 12(2), 23 – 34.
- ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพะธนะพูนพร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น กับความภักดีต่อการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่นั่งส่วนบุคคล วอลโว่ ของลูกค้าในเขตจังหวัดภาคใต้. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6* (หน้า 1037). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ทิพย์ฉมพร เกษโกมล, สุขฤดี ธัชศฤงคารสกุล, กัญญ์ฐิตา ศรีกา, รจนาถ หอมดี, สิวาภรณ์ เจริญวงศ์, เขมิกา ปาหา, จิระพัชร หวังสุข และอภิสิทธิ์ ตามสัจย์. (2558). ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ. *วารสารพยาบาลตำรวจ*, 7(2), 226 – 238.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2554). การสำรวจแนวเส้นถนนท่องเที่ยวเลียบริมทะเลช่วงหาดแหลมแม่พิมพ์ จังหวัดระยอง – หาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี โดยใช้ระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศและการวิเคราะห์หลากหลายปัจจัย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 31(1), 1 – 19.
- ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). *Customer Satisfaction Survey Handbook คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: บริษัท ประชุมทอง พรินติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ. (2557). ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. *กระแสวิวัฒนาการ*, 15(27), 28 – 38.
- นภดล รมโพธิ์. (2554). *หนังสือรวมบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้า และความพึงพอใจพนักงาน*. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลอิมเมจิเนียร์.
- นันตพร ศรีวิไล ปิยกนิษฐา โชติวนิช และจาดุรงค์ ศรีวงษ์วรรณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(2), 91 – 106.
- นันทิตา เพชรภรณ์. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 7, 63 – 72.

- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2555). *การพัฒนาและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย : คุณสมบัติการวัดเชิงจิตวิทยา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษบา นักพ่อน และสถาพร สันติบุตร. (2556). ความคาดหวังของประชาชนต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนของเทศบาลตำบล ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร*, 3(2), 173 – 179.
- ปัญญา ผันดอนคู่. (2555). *ความพึงพอใจการก่อสร้าง/ซ่อมแซมถนนในตำบลหินลาด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์, นพพร จันทรนำชู และณัฐกฤตย์ ดิฐวิรุฬห์. (2556). การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการสายแยกทางหลวงหมายเลข 331 บ้านหนองคล้า อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 1 – 22.
- ภาวิณี เพชรสว่าง. (2552). *พฤติกรรมองค์การ = Organizational Behaviors* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์ จำกัด.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิมลพรรณ อภาเวท และฉันทนา ปาปัดถา. (2556). การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนัก ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม ต่อปัญหาสภาวะโลกร้อน ของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 19(2), 101 – 113.
- วีณา กุศลสมบุรณ์, โศภนา น้อยนิรรม และวันเพ็ญ สุขสง. (2554). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตน โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา. *วารสารพยาบาลสหราชอาณาจักร*, 4(1-3), 47 – 57.
- ศจีพรรณ แสงอ่อน. (2551). ปัญหาและความต้องการของประชาชนต่อการให้บริการงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ของเทศบาลเมืองพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 1(1), 56 - 67.
- สถาบันวิทยาการจัดการ. (2557). *รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557* สำนักอัยการ. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน. (2555). *ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน.

- สำนักงานพัฒนาระบบบริหาร กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และสถาบันขนส่ง
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2556). *โครงการประเมินผลสัมฤทธิ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภารกิจของกรมทางหลวงชนบท ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556*. กรุงเทพฯ: สถาบันขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักแผนงาน กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม และวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการ
 ปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา. (2558). *โครงการประเมินผลสัมฤทธิ์ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายรองเลียบริมชายฝั่งทะเล จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด*. ชลบุรี: อัดสำเนา.
- สุพรรณณี เสริมศรี และกนกกานต์ แก้วนุช. (2556). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 9(2), 1 – 11.
- สุวัฒน์ ไกรสกุล และจุฑาภรณ์ คงรักษ์กวิน. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของพนักงานสอบสวนในเขตพื้นที่สถานีตำรวจภูธรบางกรวย. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร*, 8(2), 30 – 37.
- อรอำไพ สามขุนทด และภาวิณี อินชมภู. (2558). การสำรวจและประเมินถนนเพื่อพัฒนาเป็นเส้นทางชมทิวทัศน์. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 64, 217 – 232.
- Altunel, M. C., & Erkut, B. (2015). Cultural tourism in Istanbul: The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(4), 213 – 221.
- Chooanichchannon, C. (2015). Satisfaction in Thai standard of tourism quality. *Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 197, 2110-2114.
- Edmonds., W. A., & Kennedy, D. T. (2012) *An applied reference guide to research designs: Quantitative, qualitative, and mixed method*. London: Sage.
- Gravetter, F. J., & Forzano, L. B. (2012). *Research methods for the behavioral sciences* (4th ed.). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Hair, F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Hates, B. E. (2008). *Measuring customer satisfaction and loyalty: Survey design, use, and statistical analysis methods* (3rd ed.). United States of America: American Society for Quality.
- Rajaratnam, S. D., Munikrishnan, T., Sharif, S. P., & Nair, V. (2014). Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach. *Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 203 – 211.
- Reina, D. S., & Reina, M. L. (1999). *Trust and betrayal in the workplace: building effective in your organization*. San Francisco: Berrett Koehler.
- Reynolds, L. (1997). *The trust effect: Creating the high trust high performance organization*. London: Nicholas Berkley.
- Robbins, S. P. (2005). *Essentials of organizational behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Prentice-Hall.
- Shaw, R. B. (1997). *Trust in the balance* (2nd ed.). San Francisco: Jossey – Bass.
- Wikipedia, the free encyclopedia. (2015). *Satisfactions*. Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/Satisfaction>.
- Wikipedia, the free encyclopedia. (2015). *Trusts*. Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/Trusts>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามสำหรับคนในพื้นที่

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดที่ 1 สำหรับคนในพื้นที่

ผู้เก็บข้อมูล.....วันที่เก็บข้อมูล.....สถานที่เก็บข้อมูล.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ประเมินผลลัพธ์และระดับความสำเร็จของโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
- 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ภายหลังจากการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” แล้วเสร็จ
- 3) ประเมินผลความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

3. คำตอบของท่านมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง กรุณาตอบคำถามทุกข้อเพื่อให้

ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ คำตอบของท่านถือเป็นความลับ และจะนำไปประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์โดยรวมของโครงการฯ อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” และเป็นแนวทางในการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายอื่นต่อไปในอนาคต

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามครั้งนี้

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความตามความเป็นจริง / ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี (เศษของปีเกิน 6 เดือน นับเป็นอีก 1 ปี)
3. สถานภาพสมรส () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย () 4. แยกกันอยู่
4. อาชีพหลัก () 1. เกษตรกร () 2. รับจ้างทั่วไป () 3. พนักงานบริษัท
() 4. นักเรียน/นักศึกษา () 5. ผู้ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย () 6. แม่บ้าน
() 7.ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท. () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ
5. ภูมิลำเนาเดิม
() 1. ระยอง () 2. จันทบุรี () 3. ตราด () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ
6. ท่านอยู่อาศัย / ค้าขายอยู่ในชุมชนนี้มานานเท่าไร
() 1. จำนวน.....ปี.....เดือน () 2. ไม่ได้ค้าขาย
7. ท่านทำธุรกิจนี้มาก่อนที่จะมีการก่อสร้างถนนสายนี้หรือไม่
() 1. ทำมาก่อน () 2. ทำหลังจากมีถนนสายนี้
8. ท่านเดินทางโดยใชยานพาหนะประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. รถจักรยาน () 2. รถจักรยานยนต์ () 3. รถเก๋ง () 4. รถกระบะ
() 5. รถตุ้ () 6. รถโดยสาร (รถบัส) () 7. รถประจำทาง (รถสองแถว)
() 8. รถบรรทุก () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ
9. ท่านใช้ถนนสายนี้เพื่อวัตถุประสงค์ใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. ไปทำงาน / โรงเรียน () 2. สัตว์จรทั่วไป
() 3. ขนส่งสินค้า () 4. ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
() 5. หลีกเลี่ยงการจราจรบนถนนสายหลัก (สุขุมวิท)
() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ
10. ท่านใช้ถนนสายนี้บ่อยเพียงใด
() 1. ทุกวัน () 2. สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง () 3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
() 4. เดือนละ 1 ครั้ง () 5. นาน ๆ ครั้ง
() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
11. การใช้ถนนสายนี้ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางได้หรือไม่
เพียงใด
() 1. ประหยัดได้ ประมาณ.....% () 2. ไม่ได้ช่วยประหยัด

12. ถนนสายนี้ช่วยให้ท่านมีโอกาสขายผลผลิต / บริการได้เพิ่มขึ้น / มีรายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่

() 1. เพิ่มขึ้น ประมาณ.....% () 2. ไม่เพิ่มขึ้น

ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนน

คำชี้แจง ท่านมีความเชื่อมั่นและความพึงพอใจถนนสายนี้ ในประเด็นต่อไปนี้เพียงใด

กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
ลักษณะของถนน						
1. ผิวถนนเรียบ ไม่ขรุขระ ขับขี่สะดวก						
2. ถนนกว้างขวาง ขับขี่ได้สะดวกปลอดภัย						
3. เครื่องหมายจราจรบนผิวทางเหมาะสม และชัดเจน						
4. เส้นทางจักรยานเหมาะสม และขับขี่ได้อย่างปลอดภัย						
5. ป้ายเตือน ป้ายบังคับ เห็นชัดเจน และระยะการเตือนเหมาะสม						
6. ไฟฟ้าส่องสว่างเหมาะสม และเพียงพอ						
7. ทัศนียภาพสองข้างถนนเป็นระเบียบ และสวยงาม						
8. ถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่ง						
9. ศาลาพักข้างทางมีความสวยงามเหมาะสม						
จุดพักรถ						
10. กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ						
11. ภูมิทัศน์สะอาด สวยงาม						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
12. มีห้องน้ำบริการเพียงพอ และสะอาด						
13. มีความปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ						
14. มีสินค้าจัดวางจำหน่ายตรงตามความต้องการ						
15. สินค้าที่ขายมีราคาเหมาะสม						
16. จุดแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นน่าสนใจ						
จุดชมวิว						
17. เหมาะสม สะอาด และสวยงาม						
18. มีที่จอดรถเหมาะสม						
19. ร้านค้าเป็นระเบียบ ไม่กีดขวางทางเดินท่องเที่ยว						
20. มีขยะมาก และสกปรก ณ จุดชมวิว						
21. มีที่นั่งพักผ่อนเหมาะสม เพียงพอ						
ความเชื่อมั่นในการใช้ถนนถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก						
22. ถนนสายนี้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้						
23. ช่วยแบ่งเบาการจราจรของถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) ได้						
24. เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ถนนสายนี้ทดแทนการเดินทางถนนสายหลักได้						
25. ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
26. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง						
27. ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก						
28. กระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น						

ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนน

คำชี้แจง ท่านคิดว่า ถนนสายนี้ทำให้เกิดผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านเห็นว่าเกิดผลกระทบ / การเปลี่ยนแปลง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
1.คนในท้องถิ่นมีงานทำมากขึ้น						
2.คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพ เช่น ค้าขาย						
3.การคมนาคมมีความสะดวกสบายขึ้น						
4. มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น						
5.มีอันตรายจากอุบัติเหตุมากขึ้น						
6.การกระจายความเจริญให้กับท้องถิ่นดีขึ้น						
7.มีวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองเพิ่มขึ้น						
8.สร้างอาชีพใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน						
9.สุขภาพของคนในชุมชนดีขึ้น มีสถานที่ออกกำลังกายร่วมกันของชุมชน						
10. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของชาวบ้านมีมากขึ้น						
11.ที่ดินตามแนวถนนมีราคาแพงขึ้น						

ข้อความ	ท่านเห็นว่าเกิดผลกระทบ / การเปลี่ยนแปลง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความคิดเห็น
12.มาตรฐานประกอบการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น						
13.การขนส่งสินค้าเกษตร ประมง สะดวกขึ้น						
14.เกิดมลภาวะทางเสียง เนื่องจาก ปริมาณรถสัญจรมากขึ้น ทำให้หนวกหู รำคาญ						
15.เกิดมลพิษในอากาศจากท่อไอเสียรถ เป็นอันตรายต่อสุขภาพ						
16. ปัญหาการจราจรหนาแน่น						
17.ปัญหาความปลอดภัยของชาวบ้านที่ ใช้รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ใน การเดินทาง						
18.มีปริมาณขยะเพิ่มขึ้น						
19.ถนนทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ สะดวกขึ้น						
20.มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น						
21.เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของ ที่ระลึก รีสอร์ททสปา						
22.มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น						
23.มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น งานเทศกาล ต่าง ๆ การแข่งขันแรลลี่						
24.ท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มจากการ ท่องเที่ยว						
25.ภูมิทัศน์ของท้องถิ่นสวยงามขึ้น						
26.ค่าครองชีพสูงขึ้น ของกินของใช้ ราคาแพงขึ้น						

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดที่ 2 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

ผู้เก็บข้อมูล.....วันที่เก็บข้อมูล.....สถานที่เก็บข้อมูล.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ประเมินผลลัพธ์และระดับความสำเร็จของโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
- 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ภายหลังจากการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” แล้วเสร็จ
- 3) ประเมินผลความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”

3. คำตอบของท่านมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง กรุณาตอบคำถามทุกข้อเพื่อให้

ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ คำตอบของท่านถือเป็นความลับ และจะนำไปประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์โดยรวมของโครงการฯ อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” และเป็นแนวทางในการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายอื่นต่อไปในอนาคต

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามครั้งนี้

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความตามความเป็นจริง / ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ.....ปี (เศษของปีเกิน 6 เดือน นับเป็นอีก 1 ปี)
3. สถานภาพสมรส () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย () 4. แยกกันอยู่
4. อาชีพหลัก () 1. เกษตรกร () 2. รับจ้างทั่วไป () 3. พนักงานบริษัท
() 4. นักเรียน/นักศึกษา () 5. ผู้ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย () 6. แม่บ้าน
() 7. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท. () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ
5. ภูมิลำเนาเดิม
() 1. ระยอง () 2. จันทบุรี () 3. ตราด () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ
6. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง () 1. เป็นทางผ่าน () 2. มาท่องเที่ยว
7. การเดินทางมาใช้เส้นทางใด
() 1. เส้นทางหลัก () 2. เส้นทางรอง () 3. ใช้ทั้งสองเส้นทาง
8. ท่านใช้ถนนสายนี้บ่อยเพียงใด
() 1. ทุกวัน () 2. สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง () 3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
() 4. เดือนละ 1 ครั้ง () 5. นาน ๆ ครั้ง () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. การใช้ถนนสายนี้ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางได้หรือไม่ เพียงใด
() 1. ประหยัดได้ ประมาณ.....% () 2. ไม่ได้ช่วยประหยัด
10. จำนวนผู้เดินทาง.....คน
11. ท่านเดินทางโดยใช้ยานพาหนะประเภทใด
() 1. รถจักรยาน () 2. รถจักรยานยนต์ () 3. รถเก๋ง
() 4. รถกระบะ () 5. รถตู้ () 6. รถโดยสาร (รถบัส)
() 7. รถประจำทาง (รถสองแถว) () 8. รถบรรทุก
() 9. อื่น ๆ โปรดระบุ

ถ้าเป็นผู้ผ่านทาง ข้ามไปตอบตอนที่ 2

12. ท่านเดินทางมาเองหรือมากับบริษัทหน้าเที่ยว
() 1. ขับรถมาเอง () 2. มากับบริษัทหน้าเที่ยว
13. ลักษณะการท่องเที่ยว () 1. ไป – กลับ วันเดียว () 2. พักค้างคืน
14. ท่านมาท่องเที่ยวถนนสายนี้ นับครั้งนี้ด้วย เป็นครั้งที่เท่าไร.....
15. ประมาณการค่าใช้จ่ายคนละเท่าไรต่อวัน.....บาท

ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
คำชี้แจง ท่านมีความเชื่อมั่นและความพึงพอใจถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
 ในประเด็นต่อไปนี้เพียงใด กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
 ความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความคิดเห็น
ลักษณะของถนน						
1. ผิวถนนเรียบ ไม่ขรุขระ ขับขี่สะดวก						
2. ถนนกว้างขวาง ขับขี่ได้สะดวก ปลอดภัย						
3. เครื่องหมายจราจรบนผิวทาง เหมาะสม และชัดเจน						
4. เส้นทางจักรยานเหมาะสม และขับขี่ ได้อย่างปลอดภัย						
5. ป้ายเตือน ป้ายบังคับ เห็นชัดเจน และระยะการเตือนเหมาะสม						
6. ไฟฟ้าส่องสว่างเหมาะสม และ เพียงพอ						
7. ทัศนียภาพสองข้างถนนเป็นระเบียบ และสวยงาม						
8. ถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่ง						
9. ศาลาพักข้างทางมีความสวยงาม เหมาะสม						
จุดพักรถ						
10. กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ						
11. ภูมิทัศน์สะอาด สวยงาม						
12. มีห้องน้ำบริการเพียงพอ และ สะอาด						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
13. มีความปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ						
14. มีสินค้าจัดวางจำหน่ายตรงตามความต้องการ						
15. สินค้าที่ขายมีราคาเหมาะสม						
16. จุดแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นน่าสนใจ						
จุดชมวิว						
17. เหมาะสม สะอาด และสวยงาม						
18. มีที่จอดรถเหมาะสม						
19. ร้านค้าเป็นระเบียบ ไม่กีดขวางทางเดินท่องเที่ยว						
20. มีขยะมาก และสกปรก ณ จุดชมวิว						
21. มีที่นั่งพักผ่อนเหมาะสม เพียงพอ						
ความเชื่อมั่นในการใช้ถนนถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก						
22. ถนนสายนี้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้						
23. ช่วยแบ่งเบาการจราจรของถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) ได้						
24. เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ถนนสายนี้ทดแทนการเดินทางบนถนนสายหลักได้						
25. ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น						
26. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
27. ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก						
28. กระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น						

ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนน

คำชี้แจง ท่านคิดว่า ถนนสายนี้ทำให้เกิดผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านเห็นว่าเกิดผลกระทบ / การเปลี่ยนแปลง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
1. คนในท้องถิ่นมีงานทำมากขึ้น						
2. คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพ เช่น ค้าขาย						
3. การคมนาคมมีความสะดวกสบายขึ้น						
4. มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น						
5. มีอันตรายจากอุบัติเหตุมากขึ้น						
6. การกระจายความเจริญให้กับท้องถิ่นดีขึ้น						
7. มีวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองเพิ่มขึ้น						
8. สร้างอาชีพใหม่ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน						
9. สุขภาพของคนในชุมชนดีขึ้น มีสถานที่ออกกำลังกายร่วมกันของชุมชน						
10. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของชาวบ้านมีมากขึ้น						
11. ที่ดินตามแนวถนนมีราคาแพงขึ้น						
12. มีสถานประกอบการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
13. การขนส่งสินค้าเกษตร ประมง สะดวกขึ้น						
14. เกิดมลภาวะทางเสียง เนื่องจากปริมาณรถสัญจรมากขึ้น ทำให้หนวกหูรำคาญ						
15. เกิดมลพิษในอากาศจากท่อไอเสียรถ เป็นอันตรายต่อสุขภาพ						
16. ปัญหาการจราจรหนาแน่น						
17. ปัญหาความปลอดภัยของชาวบ้านที่ใช้รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ในการเดินทาง						
18. มีปริมาณขยะเพิ่มขึ้น						
19. ถนนทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น						
20. มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น						
21. เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รีสอร์ทสปา						
22. มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น						
23. มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ การแข่งขันแรลลี่						
24. ท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว						
25. ภูมิทัศน์ของท้องถิ่นสวยงามขึ้น						
26. ค่าครองชีพสูงขึ้น ของกินของใช้ราคาแพงขึ้น						

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดที่ 3 แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้เก็บข้อมูล.....วันที่เก็บข้อมูล.....สถานที่เก็บข้อมูล.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ
 - 1) ประเมินผลลัพธ์และระดับความสำเร็จของโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
 - 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ภายหลังจากการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” แล้วเสร็จ
 - 3) ประเมินผลความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
 - ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้โครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
 - ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต”
3. คำตอบของท่านมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง กรุณาตอบคำถามทุกข้อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ คำตอบของท่านถือเป็นความลับ และจะนำไปประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์โดยรวมของโครงการฯ อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงโครงข่ายถนนฯ “เฉลิมบูรพาชลทิต” และเป็นแนวทางในการก่อสร้างโครงข่ายถนนสายอื่นต่อไปในอนาคต

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามครั้งนี้

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความตามความเป็นจริง / ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
 2. อายุ.....ปี (เศษของปีเกิน 6 เดือน นับเป็นอีก 1 ปี)
 3. สถานภาพสมรส
 - () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หม้าย () 4. แยกกันอยู่
 4. อาชีพหลัก () 1. เกษตรกร () 2. รับจ้างทั่วไป () 3. พนักงานบริษัท
 - () 4. นักเรียน/นักศึกษา () 5. ผู้ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย () 6. แม่บ้าน
 - () 7. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท. () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ
 5. ภูมิลำเนาเดิม
 - () 1. ระยอง () 2. จันทบุรี () 3. ตราด () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ
 6. ประเภทธุรกิจ () 1. ภาคเกษตร () 2. ภาคอุตสาหกรรม
 - () 3. ธุรกิจทั่วไป () 4. ธุรกิจท่องเที่ยว

หากประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ประเภทของการประกอบการ

 - () 1. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ () 2. ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม
 - () 3. ธุรกิจสปาและนวด () 4. ธุรกิจโรงแรมและที่พัก
 - () 5. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง
 - () 6. ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการส่งเสริมการประชุม จัดนิทรรศการ และการท่องเที่ยว
- เพื่อเป็นรางวัล
- () 7. ธุรกิจนันทนาการต่าง ๆ เช่น ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น
 - () 8. ธุรกิจร้านค้าอัญมณี ขายของที่ระลึก และร้านค้าทั่วไป
 - () 9. ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง โปรดระบุ
7. ท่านได้ดำเนินกิจการในธุรกิจนี้มาเป็นเวลา.....ปี
 8. ท่านทำธุรกิจนี้มาก่อนที่จะมีการก่อสร้างถนนสายนี้หรือไม่
 - () 1. ทำมาก่อน () 2. ทำหลังจากมีถนนสายนี้
 9. ท่านเดินทางโดยใช้ยานพาหนะประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. รถจักรยาน () 2. รถจักรยานยนต์ () 3. รถเก๋ง
 - () 4. รถกระบะ () 5. รถตู้ () 6. รถโดยสาร (รถบัส)
 - () 7. รถประจำทาง (รถสองแถว) () 8. รถบรรทุก
 - () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ

10. ท่านใช้ถนนสายนี้เพื่อวัตถุประสงค์ใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ไปทำงาน / โรงเรียน () 2. สัญจรทั่วไป
 () 3. ขนส่งสินค้า () 4. ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล
 () 5. หลีกเลี้ยงการจราจรบนถนนสายหลัก (สุขุมวิท)
 () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ
11. ท่านใช้ถนนสายนี้บ่อยเพียงใด
- () 1. ทุกวัน () 2. สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง () 3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
 () 4. เดือนละ 1 ครั้ง () 5. นาน ๆ ครั้ง () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
12. ท่านใช้เส้นทางใดในการขนส่งสินค้า
- () 1. เส้นทางหลัก () 2. เส้นทางรอง () 3. ใช้ทั้งสองเส้นทาง
13. ถ้าไม่ใช้เส้นทางรองในการขนส่ง เพราะ.....
14. การใช้ถนนสายนี้ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางได้หรือไม่
 เพียงใด () 1. ประหยัดได้ ประมาณ.....% () 2. ไม่ได้ช่วยประหยัด
15. ถนนสายนี้ช่วยให้ท่านมีโอกาสขายผลผลิต / บริการได้เพิ่มขึ้น / มีรายได้เพิ่มขึ้น
 หรือไม่ () 1. เพิ่มขึ้น ประมาณ.....% () 2. ไม่เพิ่มขึ้น

ตอนที่ 2 ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
คำชี้แจง ท่านมีความเชื่อมั่นและความพึงพอใจถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก
 ในประเด็นต่อไปนี้เพียงใด กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
 ความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ความคิดเห็น
ลักษณะของถนน						
1. ผิวถนนเรียบ ไม่ขรุขระ ขับขี่สะดวก						
2. ถนนกว้างขวาง ขับขี่ได้สะดวก ปลอดภัย						
3. เครื่องหมายจราจรบนผิวทาง เหมาะสม และชัดเจน						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
4. เส้นทางจักรยานเหมาะสม และขี่ได้อย่างปลอดภัย						
5. ป้ายเตือน ป้ายบังคับ เห็นชัดเจน และระยะเวลาเตือนเหมาะสม						
6. ไฟฟ้าส่องสว่างเหมาะสม และเพียงพอ						
7. ทักษะภาพสองข้างถนนเป็นระเบียบ และสวยงาม						
8. ถนนเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่ง						
9. ศาลาพักข้างทางมีความสวยงามเหมาะสม						
จุดพักรถ						
10. กว้างขวาง มีที่จอดรถเพียงพอ						
11. ภูมิทัศน์สะอาด สวยงาม						
12. มีห้องน้ำบริการเพียงพอ และสะอาด						
13. มีความปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ						
14. มีสินค้าจัดวางจำหน่ายตรงตามความต้องการ						
15. สินค้าที่ขายมีราคาเหมาะสม						
16. จุดแสดงศิลปวัฒนธรรมและจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นน่าสนใจ						
จุดชมวิว						
17. เหมาะสม สะอาด และสวยงาม						
18. มีที่จอดรถเหมาะสม						
19. ร้านค้าเป็นระเบียบ ไม่กีดขวางทางเดินท่องเที่ยว						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
20. มีขยะมาก และสกปรก ณ จุดชมวิว						
21. มีที่นั่งพักผ่อนเหมาะสม เพียงพอ						
ความเชื่อมั่นในการใช้ถนนถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก						
22. ถนนสายนี้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลระดับสากลได้						
23. ช่วยแบ่งเบาการจราจรของถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท) ได้						
24. เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินบนถนนสายหลัก เช่น อุบัติเหตุ น้ำท่วม ถนนสายนี้ทดแทนการเดินทางถนนสายหลักได้						
25. ช่วยให้การคมนาคมในภาคตะวันออกสะดวกรวดเร็วขึ้น						
26. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง/ขนส่ง						
27. ช่วยเพิ่มสายทางการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก						
28. กระจายความเจริญมาสู่ท้องถิ่น						

ตอนที่ 3 ผลกระทบจากโครงการก่อสร้างโครงข่ายถนน

คำชี้แจง ท่านคิดว่า ถนนสายนี้ทำให้เกิดผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้เพียงใด กรุณาอ่านข้อความแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อความ	ท่านเห็นว่าเกิดผลกระทบ / การเปลี่ยนแปลง					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
1. คนในท้องถิ่นมีงานทำมากขึ้น						
2. คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพ เช่น ค้าขาย						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
3. การคมนาคมมีความสะดวกสบายขึ้น						
4. มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น						
5. มีอันตรายจากอุบัติเหตุมากขึ้น						
6. การกระจายความเจริญให้กับท้องถิ่นดีขึ้น						
7. มีวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองเพิ่มขึ้น						
8. สร้างอาชีพใหม่ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน						
9. สุขภาพของคนในชุมชนดีขึ้น มีสถานที่ออกกำลังกายร่วมกันของชุมชน						
10. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของชาวบ้านมีมากขึ้น						
11. ที่ดินตามแนวถนนมีราคาแพงขึ้น						
12. มาสถานประกอบการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น						
13. การขนส่งสินค้าเกษตร ประมง สะดวกขึ้น						
14. เกิดมลภาวะทางเสียง เนื่องจากปริมาณรถสัญจรมากขึ้น ทำให้หนวกหูรำคาญ						
15. เกิดมลพิษในอากาศจากท่อไอเสียรถ เป็นอันตรายต่อสุขภาพ						
16. ปัญหาการจราจรหนาแน่น						
17. ปัญหาความปลอดภัยของชาวบ้านที่ใช้รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ในการเดินทาง						
18. มีปริมาณขยะเพิ่มขึ้น						

ข้อความ	ท่านมีความเชื่อมั่น / ความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีความคิดเห็น
19. ถนนทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น						
20. มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น						
21. เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รีสอร์ททสปา						
22. มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น						
23. มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ การแข่งขันแรลลี่						
24. ท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว						
25. ภูมิทัศน์ของท้องถิ่นสวยงามขึ้น						
26. ค่าครองชีพสูงขึ้น ของกินของใช้ราคาแพงขึ้น						

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง
แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก

แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก

ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก

ข้อมูลเบื้องต้นผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....อายุ.....ปี

ตำแหน่ง.....สถานที่ทำงาน.....

แนวทางการสัมภาษณ์

1. ผลกระทบ

1.1 ผลกระทบต่อประชาชน (มีความสะดวกในการเดินทางมากขึ้นหรือไม่ การดำเนินชีวิตของประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร)

.....

.....

.....

1.2 ผลกระทบต่อสังคม (สังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางไหน มีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.3 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ (ถนนเส้นนี้ส่งผลต่อเศรษฐกิจในชุมชนอย่างไร แหล่งรายได้ของชุมชนคือรายได้จากอะไร)

.....

.....

.....

1.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (หลังจากก่อสร้างถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ส่งผลกระทบอย่างไรบ้าง)

.....

.....

.....

1.5 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (มีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มีลักษณะอย่างไร การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกมากขึ้นหรือไม่)

.....

.....

.....

2. ท่านมีความพึงพอใจในการใช้งานถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านมีความเชื่อมั่นในการใช้งานถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกหรือไม่ อย่างไร เช่น การลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รองรับปริมาณจราจรที่เพิ่มขึ้น เป็นทางเลือกในกรณีฉุกเฉินทดแทน ถนนสายหลัก ฯลฯ

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่ามีแนวทางการบริหารถนนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าหลังจากก่อสร้างถนนสายรองเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกแล้วเสร็จ การจราจรมีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

gen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
หญิง	413	46.9	46.9	46.9
Valid ชาย	467	53.1	53.1	100.0
Total	880	100.0	100.0	

age

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 31 ปี	254	28.9	28.9	28.9
Valid 31-45 ปี	378	43.0	43.0	71.8
46-60 ปี	194	22.0	22.0	93.9
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	54	6.1	6.1	100.0
Total	880	100.0	100.0	

occ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เกษตรกร	140	15.9	15.9	15.9
รับจ้างทั่วไป	130	14.8	14.8	30.7
พนักงานบริษัท	107	12.2	12.2	42.8
Valid นักเรียน/นักศึกษา	94	10.7	10.7	53.5
ผู้ประกอบการธุรกิจ/ค้าขาย	240	27.3	27.3	80.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท	98	11.1	11.1	91.9
อื่น ๆ ระบุ	71	8.1	8.1	100.0
Total	880	100.0	100.0	

Tpy of use

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
คนในพื้นที่	440	50.0	50.0	50.0
Valid นักท่องเที่ยว	220	25.0	25.0	75.0
ผู้ประกอบการ	220	25.0	25.0	100.0
Total	880	100.0	100.0	

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และค่าความโด่งของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย

Descriptive Statistics									
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
satis	880	1.86	4.86	3.3514	.54090	.129	.082	-.269	.165
confidence	880	1.71	5.00	3.9181	.75090	-.455	.082	-.518	.165
Valid N (listwise)	880								

จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Descriptive Statistics				
	เพศ	Mean	Std. Deviation	N
satis	หญิง	3.3551	.54757	413
	ชาย	3.3482	.53550	467
	Total	3.3514	.54090	880
confidence	หญิง	3.8680	.76034	413
	ชาย	3.9623	.74045	467
	Total	3.9181	.75090	880

การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน - ความแปรปรวนร่วม ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย
จำแนกตามเพศ

Box's Test of Equality of Covariance Matrices ^a	
Box's M	.704
F	.234
df1	3
df2	265364284.025
Sig.	.873

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design: Intercept + a1

การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

	F	df1	df2	Sig.
satis	.179	1	878	.673
confidence	.404	1	878	.525

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + a1

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Bartlett's Test of Sphericity^a

Likelihood Ratio	.000
Approx. Chi-Square	389.564
df	2
Sig.	.000

Tests the null hypothesis that the residual covariance matrix is proportional to an identity matrix.

a. Design: Intercept + a1

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามเพศ

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.977	19007.203 ^b	2.000	877.000	.000
	Wilks' Lambda	.023	19007.203 ^b	2.000	877.000	.000
	Hotelling's Trace	43.346	19007.203 ^b	2.000	877.000	.000
	Roy's Largest Root	43.346	19007.203 ^b	2.000	877.000	.000
	Pillai's Trace	.006	2.723 ^b	2.000	877.000	.066
gen	Wilks' Lambda	.994	2.723 ^b	2.000	877.000	.066
	Hotelling's Trace	.006	2.723 ^b	2.000	877.000	.066
	Roy's Largest Root	.006	2.723 ^b	2.000	877.000	.066

a. Design: Intercept + a1

b. Exact statistic

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Descriptive Statistics

	ช่วงอายุ	Mean	Std. Deviation	N
satis	ต่ำกว่า 31 ปี	3.4002	.51281	254
	31-45 ปี	3.3018	.53522	378
	46-60 ปี	3.3331	.57305	194
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	3.5356	.54662	54
	Total	3.3514	.54090	880
confidence	ต่ำกว่า 31 ปี	4.0056	.72387	254
	31-45 ปี	3.9192	.76134	378
	46-60 ปี	3.7933	.74293	194
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	3.9466	.78905	54
	Total	3.9181	.75090	880

การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Box's Test of Equality of Covariance Matrices^a

Box's M	4.594
F	.507
df1	9
df2	279597.861
Sig.	.871

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design: Intercept + inA2

การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

	F	df1	df2	Sig.
satis	1.835	3	876	.139
confidence	.430	3	876	.732

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + inA2

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Bartlett's Test of Sphericity^a

Likelihood Ratio	.000
Approx. Chi-Square	390.416
df	2
Sig.	.000

Tests the null hypothesis that the residual covariance matrix is proportional to an identity matrix.

a. Design: Intercept + inA2

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.964	11765.630 ^b	2.000	875.000	.000
	Wilks' Lambda	.036	11765.630 ^b	2.000	875.000	.000
	Hotelling's Trace	26.893	11765.630 ^b	2.000	875.000	.000
	Roy's Largest Root	26.893	11765.630 ^b	2.000	875.000	.000
	Pillai's Trace	.025	3.749	6.000	1752.000	.001
age	Wilks' Lambda	.975	3.746 ^b	6.000	1750.000	.001
	Hotelling's Trace	.026	3.743	6.000	1748.000	.001
	Roy's Largest Root	.016	4.534 ^c	3.000	876.000	.004

a. Design: Intercept + inA2

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำแนกตามอายุ

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared	Noncent. Parameter	Observed Power ^c
Corrected Model	satis	3.433 ^a	3	1.144	3.950	.008	.013	11.851	.833
	trust	5.010 ^b	3	1.670	2.982	.031	.010	8.945	.706
Intercept	satis	6086.929	1	6086.929	21013.936	.000	.960	21013.936	1.000
	trust	8110.271	1	8110.271	14481.027	.000	.943	14481.027	1.000
age	satis	3.433	3	1.144	3.950	.008	.013	11.851	.833
	trust	5.010	3	1.670	2.982	.031	.010	8.945	.706
Error	satis	253.744	876	.290					
	trust	490.614	876	.560					
Total	satis	10141.473	880						
	trust	14004.656	880						
Corrected Total	satis	257.176	879						
	trust	495.624	879						

a. R Squared = .013 (Adjusted R Squared = .010)

b. R Squared = .010 (Adjusted R Squared = .007)

c. Computed using alpha = .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) ช่วงอายุ	(J) ช่วงอายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
satis	ต่ำกว่า 31 ปี	31-45 ปี	.0984	.04367	.167	-.0239	.2207
		46-60 ปี	.0670	.05132	.636	-.0767	.2108
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.1354	.08065	.421	-.3613	.0905
	31-45 ปี	ต่ำกว่า 31 ปี	-.0984	.04367	.167	-.2207	.0239
		46-60 ปี	-.0314	.04753	.933	-.1645	.1018
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.2338*	.07830	.031	-.4531	-.0145
	46-60 ปี	ต่ำกว่า 31 ปี	-.0670	.05132	.636	-.2108	.0767
		31-45 ปี	.0314	.04753	.933	-.1018	.1645
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.2025	.08281	.113	-.4344	.0295
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 31 ปี	.1354	.08065	.421	-.0905	.3613
		31-45 ปี	.2338*	.07830	.031	.0145	.4531
		46-60 ปี	.2025	.08281	.113	-.0295	.4344
confidence	ต่ำกว่า 31 ปี	31-45 ปี	.0864	.06072	.567	-.0836	.2565
		46-60 ปี	.2123*	.07136	.032	.0124	.4121
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	.0590	.11214	.964	-.2551	.3732
	31-45 ปี	ต่ำกว่า 31 ปี	-.0864	.06072	.567	-.2565	.0836
		46-60 ปี	.1259	.06610	.306	-.0593	.3110
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.0274	.10887	.996	-.3323	.2776
	46-60 ปี	ต่ำกว่า 31 ปี	-.2123*	.07136	.032	-.4121	-.0124
		31-45 ปี	-.1259	.06610	.306	-.3110	.0593
		มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-.1532	.11515	.621	-.4758	.1693
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 31 ปี	-.0590	.11214	.964	-.3732	.2551
		31-45 ปี	.0274	.10887	.996	-.2776	.3323
		46-60 ปี	.1532	.11515	.621	-.1693	.4758

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = .560.

*. The mean difference is significant at the .05 level.

จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน
เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Descriptive Statistics

	occ	Mean	Std. Deviation	N
satis	เกษตรกร	3.3443	.52434	140
	รับจ้างทั่วไป	3.4266	.53262	130
	พนักงานบริษัท	3.3359	.52146	107
	นักเรียน/นักศึกษา	3.4689	.53605	94
	ผู้ประกอบการ/เจ้าของ/ค้าขาย	3.2992	.53889	240
	แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุราชการ	3.3760	.57355	71
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท	3.2762	.56596	98
	Total	3.3514	.54090	880
confidence	เกษตรกร	3.9724	.67788	140
	รับจ้างทั่วไป	4.0877	.77107	130
	พนักงานบริษัท	3.8201	.77830	107
	นักเรียน/นักศึกษา	3.9215	.70039	94
	ผู้ประกอบการ/เจ้าของ/ค้าขาย	3.8668	.75638	240
	แม่บ้าน/ว่างงาน/เกษียณอายุราชการ	3.8225	.75517	71
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/อปท	3.9138	.80018	98
	Total	3.9181	.75090	880

การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและ
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย
จำแนกตามอาชีพ

Box's Test of Equality of Covariance Matrices^a

Box's M	10.917
F	.602
df1	18
df2	1392167.228
Sig.	.901

Tests the null hypothesis that
the observed covariance
matrices of the dependent
variables are equal across
groups.

a. Design: Intercept + occ

การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

	F	df1	df2	Sig.
satis	.328	6	873	.922
confidence	.764	6	873	.599

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + occ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Bartlett's Test of Sphericity^a

Likelihood Ratio	.000
Approx. Chi-Square	387.068
df	2
Sig.	.000

Tests the null hypothesis that the residual covariance matrix is proportional to an identity matrix.

a. Design: Intercept + occ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.975	16964.808 ^b	2.000	872.000	.000
	Wilks' Lambda	.025	16964.808 ^b	2.000	872.000	.000
	Hotelling's Trace	38.910	16964.808 ^b	2.000	872.000	.000
	Roy's Largest Root	38.910	16964.808 ^b	2.000	872.000	.000
occ	Pillai's Trace	.027	1.964	12.000	1746.000	.024
	Wilks' Lambda	.974	1.961 ^d	12.000	1744.000	.024
	Hotelling's Trace	.027	1.959	12.000	1742.000	.024
	Roy's Largest Root	.014	2.063 ^c	6.000	873.000	.055

a. Design: Intercept + occ

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน
เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared	Noncent. Parameter	Observed Power ^c
Corrected Model	satis	3.315 ^a	6	.552	1.900	.078	.013	11.399	.708
	trust	6.464 ^b	6	1.077	1.923	.074	.013	11.535	.714
Intercept	satis	8748.078	1	8748.078	30083.608	.000	.972	30083.608	1.000
	trust	11869.268	1	11869.268	21182.982	.000	.960	21182.982	1.000
occ	satis	3.315	6	.552	1.900	.078	.013	11.399	.708
	trust	6.464	6	1.077	1.923	.074	.013	11.535	.714
Error	satis	253.862	873	.291					
	trust	489.160	873	.560					
Total	satis	10141.473	880						
	trust	14004.656	880						
Corrected Total	satis	257.176	879						
	trust	495.624	879						

a. R Squared = .013 (Adjusted R Squared = .006)

b. R Squared = .013 (Adjusted R Squared = .006)

c. Computed using alpha = .05

จำนวน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนน
เพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Descriptive Statistics

	ประเภทผู้ใช้ถนน	Mean	Std. Deviation	N
satis	คนในพื้นที่	3.3981	.53610	440
	นักท่องเที่ยว	3.3624	.56472	220
	ผู้ประกอบการ	3.2472	.51371	220
	Total	3.3514	.54090	880
confidence	คนในพื้นที่	3.9470	.74940	440
	นักท่องเที่ยว	3.8940	.71614	220
	ผู้ประกอบการ	3.8841	.78808	220
	Total	3.9181	.75090	880

การทดสอบความเท่ากันของเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย
จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Box's Test of Equality of Covariance Matrices^a

Box's M	9.367
F	1.555
df1	6
df2	5546254.996
Sig.	.156

Tests the null hypothesis that the observed covariance matrices of the dependent variables are equal across groups.

a. Design: Intercept + a5

การทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

	F	df1	df2	Sig.
satis	1.222	2	877	.295
confidence	3.182	2	877	.042

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + a5

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Bartlett's Test of Sphericity^a

Likelihood Ratio	.000
Approx. Chi-Square	391.855
df	2
Sig.	.000

Tests the null hypothesis that the residual covariance matrix is proportional to an identity matrix.

a. Design: Intercept + a5

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.975	17175.389 ^b	2.000	876.000	.000
	Wilks' Lambda	.025	17175.389 ^b	2.000	876.000	.000
	Hotelling's Trace	39.213	17175.389 ^b	2.000	876.000	.000
	Roy's Largest Root	39.213	17175.389 ^b	2.000	876.000	.000
Typ of user	Pillai's Trace	.015	3.309	4.000	1754.000	.010
	Wilks' Lambda	.985	3.315 ^b	4.000	1752.000	.010
	Hotelling's Trace	.015	3.322	4.000	1750.000	.010
	Roy's Largest Root	.015	6.391 ^c	2.000	877.000	.002

a. Design: Intercept + a5

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรเดียวของความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้ถนนเพื่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามประเภทผู้ใช้ถนน

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared	Noncent. Parameter	Observed Power ^c
Corrected Model	satis	3.373 ^a	2	1.686	5.828	.003	.013	11.655	.872
	trust	.749 ^b	2	.375	.664	.515	.002	1.328	.162
Intercept	satis	8813.553	1	8813.553	30454.636	.000	.972	30454.636	1.000
	trust	12098.268	1	12098.268	21440.153	.000	.961	21440.153	1.000
Typ of user	satis	3.373	2	1.686	5.828	.003	.013	11.655	.872
	trust	.749	2	.375	.664	.515	.002	1.328	.162
Error	satis	253.803	877	.289					
	trust	494.874	877	.564					
Total	satis	10141.473	880						
	trust	14004.656	880						
Corrected Total	satis	257.176	879						
	trust	495.624	879						

a. R Squared = .013 (Adjusted R Squared = .011)

b. R Squared = .002 (Adjusted R Squared = -.001)

c. Computed using alpha = .05

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน

Multiple Comparisons

Scheffe

Dependent Variable	(I) ประเภทผู้ใช้งาน	(J) ประเภทผู้ใช้งาน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
satis	คนในพื้นที่	นักท่องเที่ยว	.0356	.04442	.725	-.0733	.1446
		ผู้ประกอบการ	.1509*	.04442	.003	.0419	.2598
	นักท่องเที่ยว	คนในพื้นที่	-.0356	.04442	.725	-.1446	.0733
		ผู้ประกอบการ	.1152	.05129	.081	-.0106	.2410
	ผู้ประกอบการ	คนในพื้นที่	-.1509*	.04442	.003	-.2598	-.0419
		นักท่องเที่ยว	-.1152	.05129	.081	-.2410	.0106
confidence	คนในพื้นที่	นักท่องเที่ยว	.0530	.06203	.694	-.0991	.2051
		ผู้ประกอบการ	.0629	.06203	.598	-.0892	.2150
	นักท่องเที่ยว	คนในพื้นที่	-.0530	.06203	.694	-.2051	.0991
		ผู้ประกอบการ	.0099	.07162	.990	-.1657	.1855
	ผู้ประกอบการ	คนในพื้นที่	-.0629	.06203	.598	-.2150	.0892
		นักท่องเที่ยว	-.0099	.07162	.990	-.1855	.1657

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = .564.

*. The mean difference is significant at the .05 level.