

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะ
ทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ธัญวลัย ชุตติมาพัฒนานันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2559

**The Expectations and the Satisfaction of the Chinese Tourists Traveling
with a Packaged Tour Group which Affected their Loyalty Towards
Pattaya**

Thanwalai Chutimawattananan

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University**

2016

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับ คณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
ชื่อผู้เขียน	ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของทาโรยามาเน จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา 1,200,000 คน ในปี 2556 เนื่องจากการศึกษามีทั้งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนั้น เพื่อให้มีความตรงประเด็นในการศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลไว้ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองช่วงจะเป็นนักท่องเที่ยวคนเดิม เนื้อหาทั้ง 2 ส่วนมีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test วิเคราะห์ปัจจัย วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจ (IPA) และวิเคราะห์ขนาดอิทธิพล (Path Analysis) ผลการศึกษาที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,001-5,000 หยวน ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่มากับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน มาท่องเที่ยวประเทศไทยและพัทยาเป็นครั้ง

แรก จำนวนวันที่พักทั้งหมดในประเทศไทย 6 วัน จำนวนวันที่พักในพัทยาส่วนใหญ่พัก 2 วัน ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพบว่าใช้จ่ายเงินในระหว่างการท่องเที่ยว 1,001-2,000 หยวน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากมณฑลกว่างซู่ง

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาพบว่า ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านอาหาร มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาพบว่า ด้านการให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาพบว่า ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม และด้านความปลอดภัย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการให้บริการ พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาพบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีมีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.91 และมีค่าเป็นบวก แสดงว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูง ก็จะส่งผลต่อความจงรักภักดีสูงขึ้นไปด้วย

Thesis Title	The Expectations and the Satisfaction of the Chinese Tourists Traveling with a Packaged Tour Group which Affected their Loyalty Towards Pattaya
Author	Thanwalai Chutimawattananan
Thesis Advisor	Associate professor Doctor Lertporn Parasakul
Department	Tourism Management
Academic Year	2015

ABSTRACT

The objective of this study was to examine the expectations and the satisfaction of the Chinese tourists traveling with a packaged tour group which affected their loyalty towards Pattaya. This quantitative research used self-administered questionnaires as tools for collecting the data from 400 Chinese tourists in Pattaya. This sample size was calculated according to Taro and Yamane's recommendation as the number of Chinese tourists visiting Pattaya in 2013 was 1.2 million. The questionnaire for each tourist sample consisted of two copies. The first copy which consisted of items measuring the tourist's expectations from Pattaya holiday was given to the tourist prior to their commencement of the tour upon their arrival to Thailand. The second copy which consisted of items measuring the tourist's satisfaction towards the holiday experience in Pattaya was distributed to them at the end of the tour. Both sets of the questionnaire were designed to measure the tourist's expectation and satisfaction levels towards six aspects of the Pattaya holiday: the general features of Pattaya, the environment, the food service, the accommodation, the safety and the service of the tour company. Descriptive statistics including frequencies, percentages, means, and standard deviations, as well as T-test and F-test were used for data analysis. Factor Analysis was also used to reduce the expectations and the satisfaction levels into manageable groups. The Importance-Performance Assessment (IPA), and the path analysis techniques were also employed.

The research findings revealed that most of the respondents were female, aged 51 years old and above. Most of the respondents received the education at the level lower than the Bachelor Degree. Most of them worked on the farm with an income of 2,001-5,000 yuan per month. Most of them were traveling with friends or colleagues and were first-time visitors to Pattaya and Thailand. The average length of stay in Thailand was 6 days and 2 days in Pattaya. Their average spending while in Thailand ranged from 1,001 to 2,000 yuan on top of the tour price. Most of the respondents were from Guongdong.

As to their expectations of their Pattaya holiday, the respondents placed the highest level of expectations on these aspects: accommodation, safety, and service of the tour company. They placed only the high level of expectations on the aspects of general features of Pattaya, the environment and the food provided.

With regards to the satisfaction of the tourist sample, they were most satisfied with the service provided by the tour company. They were just satisfied with the general features of Pattaya, the accommodation and the safety. They were moderately satisfied with the environment and the food provided.

As to the differences in the expectations and the satisfaction levels, there were significant differences in the aspects of the general features of Pattaya, the food provided, the accommodation and the safety. There was no significant difference in the aspect of general features of Pattaya. All the six aspects were significantly influential to the satisfaction towards Pattaya.

Furthermore, the satisfaction exerted strong influence on the loyalty towards Pattaya at the effect size of .91, which was close to 1.00 indicating very strong influence. This indicated that the more satisfied were the tourist, the more likely that they would be loyal to Pattaya.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ จนกระทั่งลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิกุล ผู้อำนวยการหลักสูตร ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เชิง เกาจิต ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติในการวิจัยที่คอยช่วยเหลือ และให้คำปรึกษา ขอขอบพระคุณ อาจารย์จริยา วาณิชวิริยะ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีนที่คอยช่วยเหลือเกี่ยวกับแบบสอบถามที่เป็นภาษาจีน ขอขอบพระคุณกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน และขอขอบพระคุณอาจารย์ในหลักสูตรทุกท่านที่ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ คุณสิงห์ชัย พรคุ้มเกล้า มัคคุเทศก์ภาษาจีนผู้ให้ข้อมูล ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และคอยช่วยเหลือเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจีนในหลายสิ่งหลายอย่าง และขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวชาวจีนทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการท่องเที่ยวเพื่อตอบแบบสอบถาม

นอกจากนี้แล้ว ต้องขอขอบคุณ คุณฉัฐพร สุกumarพันธุ์ เลขานุการหลักสูตร ในการให้คำปรึกษาแนะนำขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับการศึกษา ขอขอบคุณบรรณารักษ์และบุคลากรห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกท่านที่คอยอำนวยความสะดวกในการหาข้อมูล และขอขอบคุณระบบการสื่อสารที่ช่วยในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษา หรือเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาในอนาคตต่อไป

ธัญวลัย ชุตินาพัฒนานันท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	7
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	8
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	11
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	13
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	21
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อการบริการ.....	37
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (IPA)	39
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
2.6 ข้อมูลทั่วไปของเมืองพัทยา.....	53
2.7 ข้อมูลทั่วไปของเทศาจีน.....	63
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	72
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	72
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	74
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
4. ผลการวิจัย.....	81
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปปัจจัยส่วนบุคคล.....	82
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับ คณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	86
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	90
ส่วนที่ 4 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมือง พัทยา โดย IPA.....	95
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นอิทธิพลของปัจจัยแห่งความ พึงพอใจที่มีต่อความภักดี LISREL โมเดล.....	109
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	112
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	169
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	170
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	172
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	175
บรรณานุกรม.....	177
ภาคผนวก.....	185
ก. แบบสอบถามภาษาไทย.....	186
ข. แบบสอบถามภาษาจีน.....	196
ประวัติผู้เขียน.....	206

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2553 – 2556.....	2
1.2 จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2553 – 2556.....	2
1.3 5 อันดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทยมากที่สุด ปี 2556.....	3
1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนปี 2554 – 2556.....	4
1.5 10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับชาวต่างชาติปี 2556 และ 2555.....	4
1.6 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา.ศ. 2553 – 2556.....	5
3.1 ผลการสังเคราะห์เกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล.....	79
4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล.....	82
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านทั่วไปของเมืองพัทยา.....	86
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	87
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร.....	88
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านที่พักแรม.....	88
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย.....	89
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านการให้บริการ.....	90
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านทั่วไปของเมืองพัทยา.....	90
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร.....	92
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม.....	92
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย.....	93
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ.....	94
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	94
4.15	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวบ่งชี้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	109
4.16	แสดงค่าอิทธิพลของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	110
4.17	ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการกลับมาเยือนซ้ำ.....	110
4.18	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	112
4.19	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอายุ.....	114
4.20	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงระดับการศึกษา.....	115
4.21	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	115
4.22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอายุ.....	118
4.23	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงระดับการศึกษา.....	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอาชีพ.....	119
4.25	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง.....	120
4.26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พัก ในประเทศไทย.....	120
4.27	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมือง พัทยา	121
4.28	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อ การท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร.....	121
4.29	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอายุ.....	124
4.30	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงระดับการศึกษา.....	124
4.31	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนก ช่วงผู้ร่วมเดินทาง.....	125
4.32	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่ พักในประเทศไทย	125
4.33	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อ การท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม	126
4.34	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอายุ.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงระดับการศึกษา.....	129
4.36	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอาชีพ.....	130
4.37	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง.....	130
4.38	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	131
4.39	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย.....	131
4.40	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย.....	132
4.41	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงอายุ.....	134
4.42	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย.....	135
4.43	ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ.....	135
4.44	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงรายได้ต่อเดือน.....	138
4.45	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง.	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.46	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	139
4.47	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิภานา.....	139
4.48	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	140
4.49	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอายุ.....	143
4.50	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอาชีพ.....	143
4.51	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	144
4.52	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิภานา.....	144
4.53	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	145
4.54	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอายุ.....	148

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.55	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอาชีพ.....	148
4.56	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	149
4.57	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา.....	149
4.58	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร.....	150
4.59	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอายุ.....	153
4.60	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอาชีพ.....	153
4.61	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	154
4.62	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย.....	154
4.63	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา.....	155
4.64	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาด้านที่พักแรม.....	155
4.65	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอายุ.....	158

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.66	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	158
4.67	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา..	159
4.68	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย.....	160
4.69	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	162
4.70	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา.....	163
4.71	ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ.....	163
4.72	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา.....	166
4.73	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา.....	167
4.74	ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	167
5.1	ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวพัทยา.....	171

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	Importance-Performance Matrix.....	40
2.2	กราฟเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละคุณสมบัติ ของนักท่องเที่ยว.....	42
2.3	แผนที่เมืองพัทยา.....	59
2.4	แผนที่สาธารณรัฐประชาชนจีน.....	64
2.5	แผนที่เขตการปกครองของจีน.....	65
2.6	ภาพธงชาติจีน.....	66
2.7	สกุลเงินของจีน.....	67
4.1	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา.....	95
4.2	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว.....	97
4.3	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร.....	99
4.4	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม.....	101
4.5	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย.....	103
4.6	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านการให้บริการ.....	105
4.7	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในภาพรวม.....	107
4.8	ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของ นักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	111

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในหลายด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตทางเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคมช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษาช่วยลดปัญหาความแออัดในเมืองหลวงช่วยให้เกิดการนำทรัพยากรที่ไร้ค่าในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าด้านการเมืองช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคีช่วยส่งเสริมความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น ผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือบริการ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศนั้นการท่องเที่ยวถือเป็น การส่งสินค้าออก

ในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยได้มีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 26,546,725 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึง 18.76 % จากจำนวนนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2555 อยู่ที่ 22,353,903 คน รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2555 อยู่ที่ 983,928.36 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2556 อยู่ที่ 1,207,145.82 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2553 – 2556

ปี	2553	2554	2555	2556
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	15,936,400	19,230,470	22,353,903	26,546,725

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2557)

ตารางที่ 1.2 จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2553 – 2556

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ		รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	% Δ	จำนวน (ล้านบาท)	% Δ
2553	15,936,400	+12.63	592,794.09	+ 16.18
2554	19,230,470	+20.67	776,217.20	+ 30.94
2555	22,353,903	+16.24	983,928.36	+26.76
2556	26,546,725	+18.76	1,207,145.82	+22.69

หมายเหตุ. * รวบรวมจากรายงานของแต่ละปี

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2557)

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้สรุปประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2556 ด้านการท่องเที่ยวว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดพร้อมทั้งมีการปรับโครงสร้างของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากเดิมที่กระจุกตัวในกลุ่มของยุโรปและสหรัฐอเมริกาเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีน รัสเซีย และเอเชียตะวันออก ถึงแม้ว่าจำนวนวันในการพักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสั้นกว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาแต่สามารถชดเชยด้วยจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มากกว่า และไม่ได้ส่งผลให้รายรับจากการท่องเที่ยวของไทยลดลงแต่อย่างใด เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ขยายตัวดีขึ้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นและใช้จ่ายต่อวันมากขึ้น สะท้อนคุณภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่อยู่ในเกณฑ์ดีระดับหนึ่ง นอกจากนี้แล้ว การ

เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ยังช่วยให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีความผันผวนต่อปัจจัยฤดูกาลน้อยลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีนที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวไทยตลอดทั้งปี เป็นการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพของการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีการเติบโตและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือนักท่องเที่ยวจากจีน ประเทศจีนถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเห็นได้จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและจำนวนประชากรที่มาก อีกทั้งจากผลการสำรวจยังพบว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวจีนสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคต (นิลเส็น คอมปะนี, ม.ป.ป.) หลังจากที่รัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนได้ทำความตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเมื่อ พ.ศ. 2536 เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รัฐบาลจีนได้อนุญาตให้ชาวจีนได้เดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศโดยให้อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลจีนเท่านั้น และไทยก็เป็นกลุ่มประเทศแรกๆ ร่วมกับสิงคโปร์และมาเลเซียที่ได้รับอนุญาตให้ชาวจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2554-2556 โดยในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1,721,247 คน ปี พ.ศ. 2555 จำนวน 2,786,860 คน และในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวน 4,637,335 คน เพิ่มขึ้น 66.40 % จากปี พ.ศ. 2555 (กรมการท่องเที่ยว: ออนไลน์, 2557) ซึ่งจีนเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2557)(ดูตารางที่ 1.3 และ 1.4 ประกอบ)

ตารางที่ 1.3 5 อันดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทยมากที่สุด ปี 2556

อันดับ	จำนวน (คน)
1. จีน	4,637,335
2. มาเลเซีย	3,041,097
3. รัสเซีย	1,746,565
4. ญี่ปุ่น	1,536,425
5. เกาหลีใต้	1,295,432

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2557)

ตารางที่ 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนปี 2554 - 2556

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยวจีน	% Δ
2554	1,721,247	53.38
2555	2,786,860	61.91
2556	4,637,335	66.40

หมายเหตุ. * รวบรวมจากรายงานของแต่ละปี

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2557)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาตินิยมเที่ยวที่สุดในประเทศไทยจากผลสำรวจของโพลเทล์ ดอทคอมได้มีการจัดอันดับ 20 สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับชาวต่างชาติปี 2556 พบว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองในประเทศไทยที่ชาวต่างชาตินิยมเที่ยวที่สุด รองลงมาคือ ภูเก็ต, เกาะสมุย, พัทยา, และกระบี่ (ดูตารางที่ 1.5 ประกอบ)

ตารางที่ 1.5 10 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับชาวต่างชาติปี 2556 และ 2555

อันดับในปี 2556	จังหวัด/เมือง/สถานที่ท่องเที่ยว	อันดับในปี 2555
1	กรุงเทพมหานคร	1
2	ภูเก็ต	2
3	เกาะสมุย	3
4	พัทยา	4
5	กระบี่	5
6	เชียงใหม่	6
7	หัวหิน	7
8	เกาะพะงัน	8
9	เกาะเต่า	11
10	บางพลี	9

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์ (สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2557)

พัทยาคือเมืองท่องเที่ยวชายทะเลอ่าวไทยที่มีชายหาดเป็นสถานที่ตากอากาศที่ยาวติดต่อกัน 15 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางบริการที่ครบวงจรทั้งการท่องเที่ยวและธุรกิจที่มีลักษณะโดดเด่นด้วยสีสันที่หลากหลาย เป็นเมืองที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ใกล้สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ และใกล้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา นอกจากแหล่งท่องเที่ยวแล้ว พัทยามีกิจกรรมหลายประเภทที่เป็นองค์ประกอบให้เมืองพัทยานั้นมีศักยภาพที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาท่องเที่ยว เช่น การแข่งขันกีฬาทางน้ำ งานเทศกาลดนตรีนานาชาติ (Pattaya International Music Festival) และการประชุมระดับนานาชาติ เป็นต้น ประกอบกับการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ผู้บริหารเมืองพัทยาได้กำหนดไว้ให้พัทยาคือเมืองมีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ ที่น่าอยู่ของคนทั้งโลก จึงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 1.6 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา พ.ศ. 2553–2556

	ปี พ.ศ. 2553	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556
นักท่องเที่ยวทั้งหมด	6.9	7.8	8.2	9.4
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	5.2	6	5.8	N/A
นักท่องเที่ยวชาวไทย	1.7	1.8	2.3	3

หมายเหตุ. * (หน่วย : ล้าน)

ที่มา: มติชนออนไลน์, เส้นทางเศรษฐกิจ (สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2557)

ในขณะที่การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองพัทยานั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและขาดการวางแผนในการจัดการเมือง ทำให้เป้าหมายของการขยายตัวนั้นไปที่ตัวเลขปริมาณของเม็ดเงินที่ไหลเข้าสู่เศรษฐกิจ และจำนวนเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวโดยลงทุนในธุรกิจที่มีผลตอบแทนคืนเร็วเป็นหลัก อันได้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวยามราตรี สถานเริงรมย์และแหล่งอโคจร ดังจะเห็นตัวอย่างที่ชัดเจนจากจำนวนบาร์เปลื้องผ้าในย่าน “ถนนคนเดิน” (Walking Street) ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และกระจายไปนอกเขต “ถนนคนเดิน” (Walking Street) ไปทั่วเมืองพัทยา ภาพลักษณ์ของเมืองจึง

เปลี่ยนไปเนื่องจากปัญหาสังคมและวัฒนธรรมที่ฉาบทั่วทุกมุมของเมือง โดยผ่านการรายงานข่าวตามสื่อต่างๆ แม้ว่าในระยะหลังการตื่นตัวของภาครัฐและองค์กรอิสระต่างๆ ที่พยายามส่งเสริมสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นศิลปะ วัฒนธรรม ที่สวยงามควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองพัทยา เพื่อปรับภาพลักษณ์ของเมืองให้ดีขึ้น แต่การส่งเสริมและสนับสนุนเป็นไปอย่างขาดความต่อเนื่อง การจำกัดเขตและจำนวนสถานอโคจรยังไม่ใช่ว่าตอบสนองสุดท้ายของการฟื้นฟูเมืองอย่างยั่งยืน (วรรัตน์ ศิริจิรกาล และ ศราวุธ เปรมใจ, 2552) นอกจากนี้แล้ว พัทยายังมีปัญหที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวโดยตรง คือ ความเป็นปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว การหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในที่พัก ปัญหาการขายบริการทางเพศ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปัจจุบันและรอการแก้ไขในอนาคต

พัทยาเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางมาเป็นครั้งแรกและเลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ (น้ำฝน จันทน์นวล, 2556) เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Group Tour) เนื่องจากส่วนใหญ่ยังมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจำกัดและยังขาดประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางกับคณะทัวร์นั้นมีความสะดวกและมีความพร้อมในหลายด้าน เช่น มีโปรแกรมการเดินทางที่แน่นอน มีที่พักพร้อม มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวและอำนวยความสะดวกทางด้านภาษาและช่วยในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว จึงเป็นทางเลือกที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้รับความสะดวกและรู้สึกปลอดภัยกว่าการเดินทางมาเอง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย: ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ, 2556)

จากข้อมูลของส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยยังพบว่า สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งคือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็กำลังเปลี่ยนไป จากเดิมที่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีความรีบเร่งเพื่อให้ทันตามตารางเวลาของรายการท่องเที่ยว ได้เปลี่ยนมานั่งการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มในการเพิ่มค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและที่พักมากขึ้น นอกจากนี้แล้วทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนเองก็มีการเปลี่ยนไปโดยที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

เพิ่มขึ้น และการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้แต่ละประเทศนั้นมีการวางกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศของตน ดังนั้นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวจีนจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากการศึกษาการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาดังที่กล่าวข้างต้นจากเอกสารวรรณกรรมและงานวิจัยรวมทั้งผู้วิจัยเองได้เดินทางท่องเที่ยวกับคณะทัวร์เพื่อสังเกตการณ์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่คณะทัวร์ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยาทั้งในลักษณะเชิงบวกและลักษณะเชิงลบตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Tour) ก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และเมื่อได้ท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแล้วนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยายังไร จึงเป็นที่มาของหัวข้อการวิจัย “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา”

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีสัมพันธ์ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ที่อยู่ในกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ที่จะส่งผลความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวกับคณะทัวร์ (Group Tour) ที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา เนื่องจากการศึกษามีทั้งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนั้น เพื่อให้มีความตรงประเด็นในการศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลไว้ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาแล้ว โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองช่วงจะเป็นจะเป็นนักท่องเที่ยวคนเดิม เนื้อหาทั้ง 2 ส่วนมีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวกับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยาอายุ 20 - 60 ปี

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตรับผิดชอบของเมืองพัทยาที่คณะทัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวและใช้บริการ

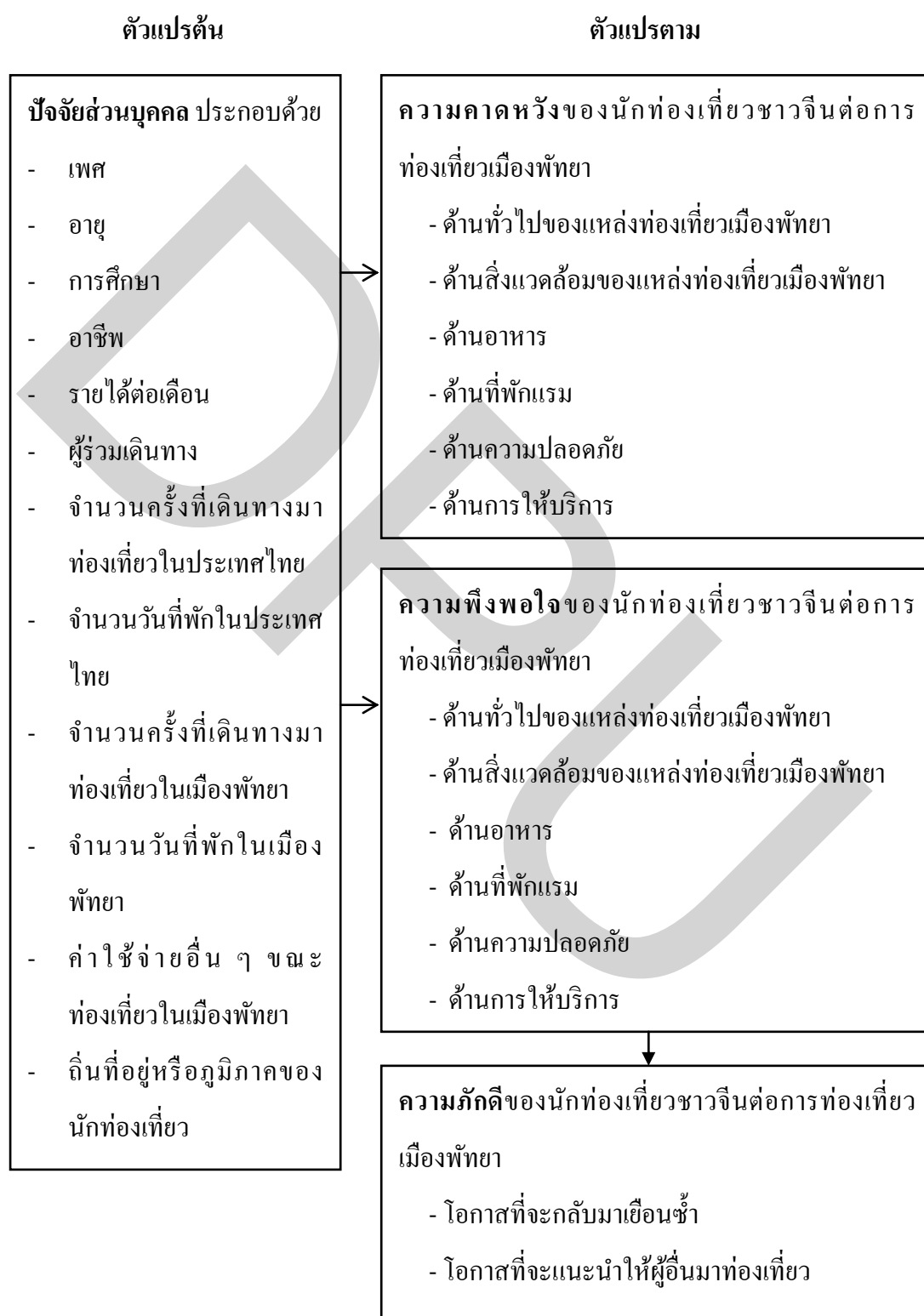
ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้มีดังนี้

1) ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ขณะท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และถิ่นที่อยู่หรือภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

2) ตัวแปรตาม ความคาดหวังและความพึงพอใจ ประกอบด้วย ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ

PPU

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

เพื่อช่วยสนับสนุนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้มีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่น

1. ภาครัฐ สามารถนำผลที่ได้รับจากการศึกษามาประกอบเพื่อวางแผนทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต
2. ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สามารถนำผลที่ได้รับจากการศึกษาไปประกอบในปรับปรุงแนวทางและวางกลยุทธ์ในธุรกิจการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ผู้ที่ริเริ่มจะทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สามารถนำผลที่ได้รับจากการศึกษาไปประกอบเป็นแนวทางในการตัดสินใจทำธุรกิจ
4. ผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เมืองพัทยา หมายถึง เขตปกครองพิเศษเขตหนึ่งที่ตั้งตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยาฉบับวันที่ 29 พฤศจิกายนพ.ศ. 2521 (เทียบเท่าเทศบาลนคร) ประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบลคือ

1. ตำบลนาเกลือหมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)
2. ตำบลหนองปรือหมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13
3. ตำบลห้วยใหญ่หมู่ 4
4. ตำบลหนองปลาไหลหมู่ 6, 7 และ 8

แหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา หมายถึง แหล่งเที่ยวที่มีพื้นที่อยู่ภายใต้การปกครองและการควบคุมดูแลของเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือการคาดการณ์ต่อสถานการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งไว้ล่วงหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ

ความภักดี หมายถึง พฤติกรรมหรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่โอกาสที่นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการ โดยสามารถวัดได้จากค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ โอกาสที่จะกลับมาเยือนซ้ำและโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการประกอบการศึกษา โดยแบ่งตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อการบริการ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (IPA)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปของเมืองพัทยา
- 2.7 ข้อมูลทั่วไปของเทศาณ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์ (2530, น. 109) ได้ธิบายว่าความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรมหรือตำแหน่งที่เหมาะสมของตนเอง หรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่นในองค์กร หรืออีกนัยหนึ่งความคาดหวังของบุคคลนั้นเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวยังรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาว่า บุคคลเหล่านั้นควรจะแสดงออกอย่างไรเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับงานและตำแหน่งของตน

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554, น. 16) ความคาดหวัง หมายถึง การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของตนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้น ๆ จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเอง เป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่เป็รูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับภูมิหลังประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ

สุขุม เฉลยทรัพย์ (2552, น. 10) ให้ความหมายว่า ความคาดหวังเป็นระดับพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่อาศัยประสบการณ์เดิมของตนในการตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดหรือต้องการให้เป็นไปตามความต้องการของตน ความคาดหวังของแต่ละบุคคลในเรื่องหรือสิ่งเดียวกันจึงอาจเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเข้าใจ แรงจูงใจ ความเชื่อความรู้สึก ทศนคติ ค่านิยมและการเห็นคุณค่าของความสำเร็จ

สุรางค์ จันทรเอม, 2525, น. 54-55 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตถะแสน, 2549, น. 14) ได้ให้ความหมายของ ความคาดหวัง ไว้ว่า ความคาดหวัง (Expectation) คือความเชื่อว่าสิ่งใดที่น่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดบ้างน่าจะไม่เกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล เช่น บุคคลเคยมีประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับประสบการณ์ใหม่ก็อาจทำการคาดหวังได้ไม่พลาดเกินไป หรืออาจจะคาดหวังได้ถูกต้องบุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในสิ่งใดมักจะไม่มี การคาดหวังในสิ่งนั้นหรือหากมีการคาดหวังก็มักไม่เกิดขึ้นจริงตรงตาม ที่คาดหวังไว้ความคาดหวังที่ไม่ประสบความสำเร็จช่วยให้บุคคลมีทัศนคติต่อตนเองไปในทางที่ดีขึ้น

นายิกา เดิขุนทด และสิริพร ทิวะสิงห์ (2552, น. 19) ได้สรุปว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิด ความรู้สึก ความมุ่งหวัง หรือความต้องการของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล เหตุการณ์ หรือการกระทำ โดยคิดไว้ล่วงหน้าและมักจะมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ ทั้งนี้ความคาดหวังจะขึ้นอยู่กับความต้องการและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

สุณีย์ ชีรดากร, 2525, น. 92 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตถะแสน, 2549, น.14) ให้ความหมายของความคาดหวังที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของคนว่า ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เราเคยมีประสบการณ์เดิมมาก่อนในชีวิตจริงของคนเรานั้น สิ่ง

คาดหวังไว้กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงๆ มักจะไม่ตรงกันเสมอไปช่องว่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังไว้กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงๆ เรียกว่า “Discrepancy” จะเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้คนเกิดการตื่นตัวได้

Zeithaml, Bitner and Gremler, 2006 (อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550, น. 26) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้าว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนจะความแตกต่างกันไปจะประกอบด้วย ความคาดหวังและระยะห่างที่ยอมรับได้ รวม 3 องค์ประกอบ คือ

1) ความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ (Desired Service) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการและเชื่อว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการหรือควรจะได้รับบริการ

2) ระดับขั้นต่ำของบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ (Adequate Service) ในการรับบริการแต่ละครั้งอาจมีอุปสรรคทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ดังที่คาดหวังไว้ ระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ กับระดับต่ำที่สุดของการบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ เรียกว่า ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ

3) ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Zone of Tolerance) ที่จะได้ผลลัพธ์จากการบริการขององค์กรธุรกิจกับการยอมรับผลลัพธ์ขั้นต่ำที่ผู้รับบริการยอมรับได้ นอกจากนี้ระยะห่างดังกล่าวยังเกิดจากความแตกต่างในการให้บริการประเภทอื่น เช่น การบริการที่ไม่แน่นอน ซึ่งเกิดขึ้นจากตัวผู้ให้บริการเอง หรือจากประเภทของการบริการที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือวัฒนธรรม

ทฤษฎีความคาดหวัง

รักชนก โสภานพิศ, 2542, น.68-69 (อ้างถึงใน สุขุม เฉลยทรัพย์, 2552, น. 11-12) กล่าวว่าทฤษฎีความคาดหวังมีอยู่หลายฉบับที่นักทฤษฎีแต่ละคนนำเสนอโดยมีสาระที่ต่างกันเล็กน้อยแต่ฉบับที่รู้จักยอมรับกันมากเป็นของ วูม (Vroom) และฉบับของพอร์เตอร์ (Porter) กับ ลอว์เลอร์ (Lawler) ที่เห็นพ้องกันว่าแรงจูงใจเป็นผลมาจากความเชื่อของมนุษย์และ Vroom (1970:9-103) กล่าวถึงความคาดหวังในทฤษฎี Valence, Instrumentality and Expectancy (V.I.E) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ (Outcomes) ของการกระทำซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้นๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้น

เสมอไป เช่น มนุษย์เลือกทำงานด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งเพราะต้องการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือต้องการค่าจ้างที่สูงไม่ใช่เลือกทำงานเพราะว่างานนั้นมีคุณค่าตามอุดมคติ อาจกล่าวได้ว่าความพยายามในการทำงานนั้นจากผลลัพธ์หลายอย่างทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง ความเชื่อถือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู่ผลลัพธ์อีกหลายอย่าง เช่น นักเรียนเชื่อว่าการเรียนจะเป็นวิธีการไปสู่การสอบได้ การสอบได้เป็นวิธีการที่นำไปสู่การได้รับประกาศนียบัตร ประกาศนียบัตรจะนำไปสู่การบรรจุเข้าทำงาน

3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง การคาดการณ์จากความเชื่อว่าผลลัพธ์จะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด เช่น ถ้ามนุษย์มีความเชื่อมั่นว่าจะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ ย่อมทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจที่จะตัดสินใจเลือกทำอะไร และทำอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

นอกจากทฤษฎีดังกล่าวแล้ว วรูม (Vroom) ได้อธิบายความคาดหวังด้วยสูตร คือ $Motivation = Expectancy \times Valence$ หรือ แรงจูงใจ = ความคาดหวัง X คุณค่าของผลลัพธ์

จากสูตรอธิบายได้ว่าระดับของแรงจูงใจเป็นไปตามระดับความต้องการที่คนเรามีต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งและระดับความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งนั้น หลักการพื้นฐานที่สำคัญของทฤษฎีนี้มีคือ

1. ปัจจัยภายใน (ความต้องการ) และปัจจัยภายนอก (สภาพแวดล้อม) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล

2. พฤติกรรมใดๆ เกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเองของบุคคล

3. บุคคลมีความแตกต่างกันในความต้องการ ความปรารถนาและเป้าหมาย

4. บุคคลจะเลือกใช้พฤติกรรมใดยอมเป็นไปตามการรับรู้ผลต่อเนื่องจากพฤติกรรมนั้น

5. แรงจูงใจตามทฤษฎีนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยตัวแปรสำคัญสองตัวประกอบกันคือ ความคาดหวังและคุณค่าของผลลัพธ์

สันติชัย คำสมาน, 2534, น. 51 (อ้างถึงใน สุขุม เฉลยทรัพย์, 2552, น. 10) อธิบายว่าความคาดหวังในเชิงทฤษฎีช่วยตัดสินใจในการกระทำที่มีข้อพิจารณาเกี่ยวกับความคาดหวัง 2 ประการ คือ พิจารณาเป้าหมายที่จะไปสู่สิ่งที่มีคุณค่ามากน้อยเพียงไร (Valence) และพิจารณาว่าสิ่ง

ที่กระทำสามารถคาดหวังให้ไปถึงจุดหมายได้เพียงไร (Expectancy) โดยทั้ง 2 ประการนี้มีความสัมพันธ์กัน

ลักษณะความคาดหวัง

เทอร์เนอร์, 1982, น. 349-351 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตตะแสน, 2549, น. 15) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความคาดหวังว่าลักษณะของความคาดหวังนั้นเปรียบเหมือนกับ “การเล่นละครเวที” กล่าวคือ จะต้องมีส่วนแสดง ผู้ชม และมีบทบาทสำหรับผู้แสดง คือ

1. ความคาดหวัง หมายถึง ภาวะความเป็นจริงต่างๆ ทางสังคมจะสามารถเปรียบได้เช่นกับละครซึ่งประกอบด้วยตำแหน่งต่างๆทางสังคมมากมาย โดยมีบรรทัดฐานเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลควรจะมีพฤติกรรม เช่น ในสังคม กิจกรรมหรือการกระทำต่างๆ ทางสังคมจะถูกจัดระบบและควบคุมโดยบรรทัดฐานที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์และเงื่อนไขของสังคมที่แตกต่างกันไป

2. ความคาดหวังจากผู้ร่วมแสดงคนอื่นๆ หมายถึงการที่สังคมมีบรรทัดฐานซึ่งเปรียบเสมือนสคริปต์ที่จะกำหนดบทบาทของบุคคลในความสัมพันธ์กันทางสังคมดังกล่าวแล้วบุคคลในสังคมจึงต้องมีการสวมบทบาทซึ่งกันและกัน เพื่อที่บุคคลจะได้คาดหวังพฤติกรรมของบุคคลอื่นในสังคม ที่แสดงออกและสามารถมีปฏิสัมพันธ์ที่ถูกต้องได้ตามความคาดหวังของสังคมและบุคคลอื่นๆ

3. ความคาดหวังจากผู้ชม หมายถึง เป็นความคาดหวังของบุคคลในสังคมที่อยู่ในสถานภาพต่างๆ กันซึ่งจะต้องคาดหวังและสวมบทบาทของบุคคลอื่นที่เป็นเครื่องนำทางไปสู่การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างถูกต้อง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เป็นความคาดหวังร่วม

ปัจจัยในการกำหนดความคาดหวัง

พาราสุรามานและแบรี, 1990 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตตะแสน, 2549, น. 13-14) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ

1. การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ

5. ราคา

ความคาดหวังของผู้มารับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญ ในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกัน คือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวัง ผู้มารับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะยังมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2539, น. 21 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตถะแสน, 2549, น. 20-22) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าเกิดขึ้นจาก ปัจจัย 7 ประการดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่างๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเภทที่ผลิต ยี่ห้อ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังสูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับบริการมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกไม่พอใจได้

พัชร มหาลาภ (2538, น. 14) กล่าวว่า ปัจจัยในการกำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

1. ขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อม ความคาดหวังและการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน

2. ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ กล่าวได้ว่า ถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปให้สูงขึ้น และใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามจะกำหนดความคาดหวังลงมา ก็เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลวจากระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงกว่าความสามารถจริง

3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้นๆ อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้จะเป็นการประเมินค่าโดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกันก็อาจแตกต่างกันได้โดยขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ การให้คุณค่าแก่สิ่งนั้นๆ ของแต่ละบุคคล

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2548 (อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550, น. 27-28) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของบริ โภคผู้ประกอบการด้วย

1) ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) ลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรม และอยู่ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าแต่ละรายอาจมีความต้องการพื้นฐานที่ไม่เหมือนกัน และอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการ

2) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) แบ่งออกเป็น

ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่มารับบริการ คือ ถ้าลูกค้าเคยได้รับบริการเช่นไร ปัจจุบันและอนาคตลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการเช่นนั้นเสมอ

ประสบการณ์จากการใช้บริการของกลุ่มแข่งขัน คือ ลูกค้าบางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดมาก่อน ลูกค้าก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งเป็นความหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่จะไปใช้บริการ

3) การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ (Communication) แบ่งออกเป็น

การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภค การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย รวมถึงการสื่อสารการตลาดรูปแบบอื่น ๆ ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค ได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภค เช่น ในแผ่นพับของธนาคารที่ได้ให้สัญญาว่า พนักงาน

หน้าเคาน์เตอร์จะให้บริการอย่างสุภาพและเป็นมิตร ลูกค้าย่อมจะเก็บคำมั่นสัญญานั้นไปกำหนดเป็นความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ

การสื่อสารจากองค์ประกอบภายในองค์กร แบ่งออกเป็น

อัตราค่าบริการ มีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับผู้บริโภคในการกำหนดระดับความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ ซึ่งลูกค้าย่อมต้องมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราค่าบริการที่สูง และมีความคาดหวังต่ำต่อบริการที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำ

การตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ในการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค หากสถานบริการมีความหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และอุปกรณ์ทันสมัย จะส่งผลให้ระดับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อบริการสูงขึ้นตามไปด้วย

4) ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) คือสถานการณ์หรือจังหวะโอกาสที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า เช่น ร้านอาหารในช่วงเที่ยงวันจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งลูกค้าจะตระหนักดีว่าเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับช่วงเวลาดังกล่าวที่คนจะแน่น อาจไม่มีที่นั่ง พนักงานเก็บโต๊ะไม่ทันอาหารออกช้า แต่ลูกค้าจะไม่ค่อยถือสาเพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้าใจในสถานการณ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่า สถานการณ์ตามตัวอย่างได้ส่งผลให้ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ลดต่ำลง

5) ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) คือการที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการทั้งในทางที่ดีและไม่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง มีงานวิจัยระบุว่าคำแนะนำของเพื่อนร่วมงานและเพื่อนบ้าน เกี่ยวกับบริการซ่อมบำรุง เช่น อยู่ซ่อมรถ มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

สภาพที่ส่งเสริมให้ความคาดหวังประสบความสำเร็จ

สุรางค์ จันทรเฒ, 2529, น. 57-58 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตถะแสน, 2549, น. 22) กล่าวว่า ความคาดหวังของบุคคลแต่ละคนมีอยู่ในระดับที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความทะเยอทะยานของบุคคลแต่ละคนด้วย บุคคลใดก็ตามที่ตั้งความหวังไว้แล้วประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังเอาไว้ เช่น หวังว่าจะต้องศึกษาในระดับปริญญาให้ได้ ถ้าหากเขาสมหวัง เขาก็จะตั้งความหวังใหม่ให้สูงขึ้นไปอีก ในทางตรงกันข้าม ผู้ที่ตั้งความหวังไว้สูง แต่เกิดอุปสรรคต่างๆ ไม่อาจนำไปสู่

ความหวังที่ตั้งไว้ได้ ก็อาจจะทำให้เกิดความท้อแท้ หรือต้องเปลี่ยนความหวังใหม่แทน และสภาพที่ส่งเสริมให้ความคาดหวังประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายๆอย่างแต่ที่สำคัญที่สุดได้แก่ ระดับความต้องการของบุคคล และประโยชน์ที่ถึงจะได้รับเมื่อความคาดหวังสำเร็จ หากบุคคลใดที่มีระดับความต้องการสูงมากที่จะทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จลงไป เช่น ต้องการจะเรียนในระดับมหาวิทยาลัยให้จบได้ ระดับความต้องการจะช่วยส่งเสริมให้ความคาดหวังมีอิทธิพลมากขึ้น และถ้าบุคคลใดเห็นประโยชน์หรือคุณค่าที่จะได้รับจากความคาดหวังว่ามีมาก เช่น ได้ศึกษาระดับมหาวิทยาลัยแล้ว จะมีเกียรติ ได้ทำงานที่มีเงินเดือนสูง ดังนั้นก็จะเป็นสิ่งผลักดันให้ความคาดหวังของเขามีอิทธิพลสูงไปด้วย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยในช่วงต้นพอสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิด การคาดการณ์หรือความมุ่งหวังต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยการคาดหวังในสิ่งต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับความมุ่งหวังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทั้งนี้การคาดหวังต่อสิ่งต่างๆ อาจจะไม่เกิดขึ้นจริงก็ได้ ปัจจัยหลักในการกำหนดความคาดหวังนั้นมาจากการได้รับการบอกเล่าคำแนะนำจากผู้อื่น ประสบการณ์ในอดีต ข่าวสารจากสื่อและผู้ที่ให้บริการ ลักษณะความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลนั้นมีระดับที่ไม่เท่ากัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong, 2002 (อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550, น. 28) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยที่ ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับตรงกับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

แอปเพิล ไวท์, 1956, น. 6 (อ้างถึงใน กรรวิ กันเงิน, 2550, น. 41) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความสุข ความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุข ความสบายที่เกิดขึ้นจากการได้เข้าร่วม ได้รู้ได้เห็นในกิจกรรมนั้นๆ

พอตเตอร์ และลอว์เลอร์, 1975 (อ้างถึงใน นาวัน วิไลเลิศ, 2549, น.11) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง แนวคิดหรือทัศนคติอย่างหนึ่ง เป็นภาวะรับรู้ภายในซึ่งเกิดจากความคาดหวังในสิ่งต่าง ๆ

พิน ทองพูน, 2529, น. 21 (อ้างถึงใน สุวัจชัย เสมมา, 2550, น. 8-9) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก ซึ่งความรู้สึกพอใจของผู้ใช้บริการนี้สามารถใช้เป็นมาตรวัดอีกอย่างหนึ่งที่จะใช้วัดประสิทธิภาพของการบริการได้ โดยเฉพาะการให้บริการสาธารณะ เพราะการจัดบริการของรัฐนั้นมีใช้สักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พึงพอใจของประชาชน

ชาวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์, 2538, น. 8 (อ้างถึงใน สุวัจชัย เสมมา, 2550, น. 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการสนองตอบความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่มีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ซึ่งค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่นความรู้สึกดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

สุวัจชัย เสมมา (2550, น. 9) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของบุคคล สมตามจุดมุ่งหมายที่คาดหวังไว้

นาวัน วิไลเลิศ (2549, น. 11) ความพึงพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่งตามที่คาดหวังไว้หรือเหนือความคาดหวังนั้น แต่ถ้าหากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังไว้ ความพึงใจก็จะไม่เกิดขึ้น

นาฎิกา เด็ดขุนทด และสิริพร ทิวะสิงห์ (2552, น. 22) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการหรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นถ้า

หากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการบริการ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด, 2541 (อ้างถึงใน สมหมาย เติญชรธรรมวิทย์, 2554, น. 20) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นหลังจากการ ซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังก็แสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก็แสดงว่าไม่พึงพอใจ

จากการศึกษาแนวคิดดังที่กล่าวมาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ภายในที่แต่ละบุคคลคนมีความคิดเห็น ความรู้สึกต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ได้รับและคาดหวังเอาไว้ ระดับความพึงพอใจจะมากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละบุคคล ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

ทฤษฎีความพึงพอใจ

เชลล์เลย์ (Shelley), (อ้างถึงใน กรรวิ กันเงิน, 2550, น. 41) ได้อธิบายว่า ทฤษฎีที่ว่าด้วย ความรู้สึกของมนุษย์มี 2 แบบ คือความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ

ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกอาจจะเกิดขึ้นและทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้จะ เป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความรู้สึกนี้ก็เป็นผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อนและ ระบบความสัมพันธ์ทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความ พอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึก ทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คอตเลอร์, 1994 (อ้างถึงใน สุวัจชัย เสมา, 2550, น. 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็น ระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการ ทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจ หลังการขายของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยที่ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ และถ้าหากตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่นต่อไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546 (อ้างถึงใน สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554, น. 20-21) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าเกี่ยวกับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จาก การเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการดำเนินงานของ ผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554, น. 21-22) เป้าหมายสูงสุดของความสำคัญในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเป็นประการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางตลาดเพื่อความก้าวหน้าและเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้งและส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและรับบริการดังนี้

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการองค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนาซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความ

คาดหวังของผู้รับบริการและสามารถตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้าก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำ ๆ อีกต่อไปคุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการให้บริการที่ปรากฏให้เห็นได้แก่สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการด้วยความเชื่อมั่นเข้าใจต่อผู้อื่น

3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญของงานบริการให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่จำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้าการแสดงความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติการบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมายและตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและส่งผลให้กิจการประสบความสำเร็จในที่สุด

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีเมื่อองค์การบริการตระหนักถึง ความสำคัญของลูกค้าก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอ บริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่มี คุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังได้การดำเนินชีวิตที่ดีต้องพึ่งพาการบริการใน หลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการใน หลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการงานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การในอาชีพบริการเช่นเดียวกันเมื่อ

องค์การบริหารให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงานพนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นไปในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

การเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2538, น. 38) กล่าวว่า องค์การบริหารที่จะประสบความสำเร็จระยะยาวในการดำเนินกิจการบริการ จำเป็นอย่างยิ่งต้องให้ความสนใจการสร้างและรักษาความพึงพอใจในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจของลูกค้าหรือความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ เพราะความพึงพอใจทั้งสองส่วนนี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ผู้บริหารการบริการจึงต้องตระหนักถึงการกำหนดกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจในการบริการที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2538, น. 40-41) ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ในการสำรวจความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการขององค์การ ซึ่งสามารถทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็น การสำรวจและการวิจัยตลาด การสำรวจและเจาะกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ตลอดจนรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานภายในองค์การ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งจากภายนอกและภายในองค์การสะท้อนภาพประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่อง-ข้อได้เปรียบขององค์การ เพื่อเป็นการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการ ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ข้อบกพร่อง-ข้อได้เปรียบขององค์กร ต้นทุนของการดำเนินการ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางขององค์กร โดยคำนึงถึงความชัดเจนและผลในทางปฏิบัติของนโยบายดังกล่าวให้สอดคล้องกับความสามารถและความพร้อมขององค์กรและผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นที่ยอมรับและรับรู้ถือปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะของการให้บริการและคุณภาพของการบริการต่อผู้รับบริการ

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางขององค์กร โดยใช้โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ ทั้งในด้านการบริการและการตลาด และการควบคุมคุณภาพบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ

4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน การพัฒนาบุคลากรในองค์กรบริการให้มีคุณภาพและมีจิตสำนึกของการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการบริการอย่างแท้จริงจะต้องเริ่มจากให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องานและผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ การพัฒนาให้มีความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการ และพยายามสนองตอบความต้องการของของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การสนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มในการนำเสนอบริการต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ การจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ตลอดจนการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อให้เกิดความกลมเกลียวและพร้อมที่จะทำหน้าที่บริการลูกค้า

5. การนำกลยุทธ์การสร้าง ความพึงพอใจต่อการรับบริการไปปฏิบัติและประเมินผล ผู้บริหารการบริการจะต้องสร้างสรรค์บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นความสำคัญของความพึงพอใจของผู้รับบริการให้เกิดขึ้นทุกฝ่าย ทุกขั้นตอนทุกระดับของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการ พนักงานทุกคนต้องยึดหลักการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทุกอย่าง ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การวางแผนจัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ จนถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย “การสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ”

อย่างแท้จริง ทั้งนี้องค์การบริการจำเป็นต้องระบบหรือกลไกในการรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผล
กิจกรรมการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องด้วย เพราะข้อมูลดังกล่าวนอกจากนำมาใช้
ปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ดีขึ้นแล้วยังเป็นข้อมูลสำคัญในการชี้แนะให้เห็นโอกาสในการ
นำเสนอบริการใหม่ๆ ตามความต้องการของลูกค้าได้

การวัดความพึงพอใจต่อบริการ

เลิศพร ภาระสกุล (2555) ในการที่เราจะวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เราจำเป็นที่
จะต้องวิเคราะห์มิติด้านอื่นๆ ของความพึงพอใจด้วยไม่ใช่วัดจากมิติทางด้านความรู้สึก ซึ่งเป็นมิติ
ทางด้านจิตวิทยาแต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น มิติของความพึงพอใจประกอบด้วยมิติ 2 ด้าน คือมิติ
ทางด้านกายภาพ (instrumental dimension) และมิติทางด้านความรู้สึก (expressive dimension) มิติ
ทางด้านกายภาพ หมายถึงความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพ เช่น ความสะอาดของน้ำทะเล
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของที่พักร้านอาหาร ส่วนมิติทางด้าน
ความรู้สึกหมายถึงความพึงพอใจต่อผลของการกระทำทางจิตวิทยา เช่น ความสะดวกสบาย
(Swan และ Combs, 1976) ความพึงพอใจประกอบด้วยมิติที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละมิติมีความเป็น
เอกเทศ (Pizam, Milman และ Jafari, 1991) ดังนั้นความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวย่อมเป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบ ด้วยความพึงพอใจต่อมิติต่างๆ
เป็นด้านๆ เช่นสิ่งต่างๆ ที่เขาได้รับ ประสบการณ์ในขณะที่ท่องเที่ยว เช่น ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ หรือความพึงพอใจต่อการบริการ
ต่างๆ ซึ่งแต่ละมิติจะต้องได้รับการวิเคราะห์แยกกันเป็นด้านๆ ไป การที่เราจะบอกความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวโดยแยกเป็นด้านๆ ไปนี้ จะทำให้เราสามารถทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ
ต่อด้านใดหรือเรื่องใด และเรื่องอะไรบ้างที่ทำให้เขาไม่พอใจในการท่องเที่ยวครั้งนี้

สุวัจชัย เสมมา (2550, น. 10) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกที่เป็น
นามธรรมของผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ให้บริการ ได้ดำเนินการให้เกิดสมดุลระหว่างสิ่งที่
ผู้รับบริการให้ค่ากับความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ 5 ประการดังนี้

1. การเข้าถึงบริการที่สะดวกสบาย และเท่าเทียม
2. การได้รับความสะดวกสบายทางกายภาพ
3. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

4. การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

5. ค่าบริการที่เหมาะสม

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ มักจะได้แก่ ทรัพยากร (resources) หรือสิ่งเร้า (stimulus) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

นาวัน วิไลเลิศ (2549, น. 15) ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจอาจกระทำได้หลายวิธี (สาโรจน์ ไสยสมบัติ. 2534, น. 39) ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยการขอรับรองหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดผลให้แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด โดยคำถามจะถามถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับบริการที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ ลักษณะการบริการของผู้ให้บริการ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง วิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต โดยการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนรับบริการและหลังรับบริการ ขณะรอรับบริการ เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า ความมีอัธยาศัยไมตรี เป็นต้น วิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจึงจะประเมินความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง เหมาะกับการวัดความพึงพอใจ

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554, น. 25-27) การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ใดเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความสนใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดียิ่งอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการบริหารจัดการในการวัดความพึงพอใจของ

ลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานมีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้าส่วนมากอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เถлимจิระรัตน์, 2538)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพอุปกรณ์บุคลากรและวัสดุการติดต่อสื่อสาร
 2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
 3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
 4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
 5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
 6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ
 7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่างๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ
 8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ
 9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์
 10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer Understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการรวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน
- เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools for Tracking and Measuring Customer Satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตามวัดและค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าบริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทาง

การตลาด (Marketing Concept) ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าซึ่ง การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการ และจุดเด่นของสินค้าซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง

2. บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่นลงทุนในการผลิตมากขึ้นหรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า

3. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทประกอบด้วยผู้ถือหุ้นพนักงานผู้ขายปัจจัยการผลิตและคนกลางและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถทำได้ 4 วิธีดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มีกพบปัญหาว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไปซึ่งสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไปเครื่องมือที่นิยมใช้มากคือการวิจัยตลาดวิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้าเทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยอยู่ในรูปของการให้คะแนนเช่น ไม่พอใจ อย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจพอ ใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่าการวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง รวมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือ สัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่นวิธีแก้ปัญหาดังกล่าวที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไปบริการไม่ดีพอผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือรวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2538 (อ้างถึงใน สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554, น. 27-28) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีดังนี้

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ

1.1. มีความรู้และรอบรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการของผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสารข้อมูลของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายในองค์กร โดยเฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไปต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2. มีบุคลิกภาพที่ดีมีความมั่นใจในตนเองและมีความคล่องตัวแสดงถึงความกระตือรือร้นสุภาพจริงใจดูเป็นธรรมชาติการแต่งกายเรียบร้อยสะอาดสวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะ เหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการนำชมมองน่านิยมนับถือน่าเข้าใกล้และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

1.3. ร่างกายแข็งแรงท่าทางคล่องแคล่วสุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอมีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้นการระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจสมองสติปัญญาสุขภาพจิตดีเป็นปกติการทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4. มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดีชอบให้บริการผู้อื่นยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

1.5. ชอบช่วยเหลือผู้อื่นมีไมตรีจิตมีน้ำใจเมตตากรุณาเห็นอกเห็นใจกับผู้อื่น ให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อนสามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจ

1.6. เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณไหวพริบดีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะหรือ ประจันหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะการกัน ได้ ความมีปฏิภาณไหวพริบดีสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้จะช่วยหลบหลีกมิให้อโอกาสแบบนั้น เกิดขึ้นได้ประการสำคัญความมีปฏิภาณไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพความอะลุ่มอล่วยและความ เข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการลักษณะของสถานที่ให้บริการที่ดี

- 2.1. ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวกไม่แออัดในการเดินทาง
- 2.2. สะอาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่
- 2.3. การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ
- 2.4. สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

3. ด้านความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับรู้ถึงประทับใจเมื่อ

- 3.1. มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ
- 3.2. มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า
- 3.3. การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ
- 3.4. การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1 ความทันสมัยต่อข้อมูลและข่าวสารที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของ ข้อมูลที่ผู้รับบริการจะได้รับ

- 4.2 การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน
- 4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ง่ายไม่ คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการบริการที่มีการดำเนินการที่ดีได้แก่

- 5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้งแต่ละเรื่อง
- 5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณีลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่

เสียเวลา

5.3 การดำเนินการให้บริการด้านต่างๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

การประเมินความพึงพอใจ

การประเมินความพึงพอใจ เนื่องจากมีการให้คำนิยามความพึงพอใจไว้มากมาย และแตกต่างกัน จึงทำให้ไม่มีคำจำกัดความของพึงพอใจอย่างชัดเจน ซึ่งถือว่าเป็นข้อจำกัดในการวิจัยจะหาคำจำกัดความที่เหมาะสม ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนามาตรวัด ความพึงพอใจที่สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน จึงมีนักวิชาการหลายท่านคิดแบบการประเมินความพึงพอใจที่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

Kotler, 2000 (อ้างถึงใน กวิน วงศ์ลีดี และคณะ, 2554) เสนอเกณฑ์การประเมินความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคไว้ 5 มิติ ดังนี้

1. ความรู้สึกจับต้องได้ หรือความเป็นรูปธรรมของสินค้า (Tangible) หมายถึง ส่วนของการบริการที่รู้สึกจับต้องได้ เช่น การบริการน้ำดื่มฟรี สะอาด เย็น สดชื่นในเวลาที่ถูกคำต้องการ
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การบริการที่ลูกค้าได้มีความคาดหวังและได้รับการบริการตามโฆษณา หรือคำอวดอ้างของบริษัทในทุกๆ ครั้งที่เข้ารับบริการ
3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการ โดยการให้ความช่วยเหลือลูกค้าในเวลาที่ถูกคำต้องการ เช่น เพิ่มเติมสินค้าที่ลูกค้าต้องการ
4. การเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง การที่บริษัทให้การรับรองว่า การบริการที่ดีมีคุณภาพต้องเกิดขึ้นตามสิ่งที่บริษัทได้ทำการสัญญาไว้จะต้องมีให้ลูกค้า
5. การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา โดยการตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้รวดเร็ว ตรงเวลา หรือตรงตามความประสงค์ของลูกค้า

Stormborg (1984, pp. 106-108) กล่าวว่า การวัดความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคมีวิธีที่นิยมใช้กัน ดังนี้

1. การสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งเป็นวิธีที่สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม แต่อาจจะมีเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นที่ไม่สูงนัก โดยวิธีนี้มีข้อดีคือผู้สัมภาษณ์มีเวลาในการถามหรืออธิบายคำถามต่างๆ ให้ผู้ตอบเข้าใจ แต่ข้อเสียคือหากผู้สัมภาษณ์ใช้เวลาในการสัมภาษณ์น้อยเกินไปหรือเร่งรีบ อาจจะมีการสื่อความหมายให้แก่ผู้ตอบคำถามผิดไป

2. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) นับเป็นวิธีที่มีคนนิยมใช้กันมากที่สุดเพราะสามารถทดสอบความแม่นยำและเที่ยงตรงของข้อมูลได้ ซึ่งอาจจะมีทั้งการให้เลือกตอบหรือการเพิ่มข้อเสนอแนะในรูปแบบการเติมคำ เป็นต้น โดยมีข้อดีดังนี้ มีความสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน และมีข้อเสียคือผู้ตอบคำถามต้องสามารถอ่านได้และเขียนได้ เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นไม่สามารถอ่านภาษาไทยได้

3. การสังเกต (Observation) วิธีนี้ผู้ที่ทำการสังเกตจะต้องสังเกตพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการ เวลาที่ผู้ใช้บริการรอการรับบริการ และหลังจากการใช้บริการแล้ว อาจจะมีการสังเกตกิริยา ท่าทาง คำพูด ฯลฯ จากนั้นจึงทำการประเมินความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

Gronroos, 1988, p. 12 (อ้างถึงใน ปาริชาติ หัตตะแสน, 2549, น. 24) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับ ผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐานการรับรู้ คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ตรงกับการรับรู้จริงในคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลมาจาก การสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และความต้องการของลูกค้าเอง ส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะอย่างไรให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์ (2537, น. 93-94) อธิบายว่า เครื่องมือประเภทมาตรวัดทัศนคติไว้ว่า เป็นข้อความที่ใช้เพื่อการเก็บข้อมูล ทางด้านจิตพิสัย เช่น ความคิดเห็น การสร้างสรรค์ทัศนคติต่างๆ เป็นต้น มาตรวัดทัศนคติมีอยู่ หลายชนิด แต่ในการวิจัยเทคโนโลยีการศึกษาที่นิยมใช้ คือวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) การวัดทัศนคติตามวิธีนี้จะกำหนด ช่วงความรู้สึกรู้สึกของคนเป็น 5 ช่วง หรือ 5 ระดับดังนี้

การสร้างมาตรวัดทัศนคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)

- 1) ตั้งจุดมุ่งหมายของการศึกษาว่า ต้องการศึกษาศนคติของใครที่มีต่อสิ่งใด

2) ให้ความหมายของทัศนคติต่อสิ่งที่จะศึกษานั้นให้แจ่มชัดเพื่อให้ทราบว่ สิ่งที่เป็นประเด็นหรือเรื่องที่จะสร้างแบบวัดนั้นประกอบด้วยคุณลักษณะใดบ้าง

3) สร้างข้อความให้ครอบคลุมคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของสิ่งที่จะศึกษาให้ครบถ้วน ทุกแง่ทุกมุมและต้องมีข้อความที่เป็นไปในทางบวกและทางลบมากพอต่อการที่เมื่อนำไปวิเคราะห์แล้วเหลือจำนวนข้อความที่ต้องการ

4) ตรวจสอบข้อความที่สร้างขึ้น ซึ่งทำได้โดยผู้สร้างข้อความเอง และนำไปให้ผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ ตรวจสอบโดยพิจารณาในเรื่องของความครบถ้วนของคุณลักษณะของสิ่งที่ศึกษาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ตลอดจนลักษณะการตอบกับข้อความที่สร้างว่าสอดคล้องกันหรือไม่เพียงใด เช่น พิจารณาว่า ควรจะให้ตอบว่า “เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉยๆ, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” หรือ ชอบ มากที่สุด, ชอบมาก, ปานกลาง, ชอบน้อย, ชอบน้อยที่สุด, เป็นต้น

5) ทำการทดลองขึ้นก่อนที่จะนำไปใช้จริง โดยการนำข้อความที่ได้ตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งเพื่อตรวจสอบความชัดเจนของข้อความและภาษาที่ใช้อีกครั้งหนึ่ง และเพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านอื่นๆ ได้แก่ ความเที่ยงตรง ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของมาตรวัดทัศนคติทั้งชุดด้วย

6) กำหนดการให้คะแนนการตอบของแต่ละตัวเลือก โดยทั่วไปที่นิยมใช้คือ กำหนดคะแนนเป็น 5 4 3 2 1 หรือ 5 4 3 2 1 0 หรือ 4 3 2 1 0 สำหรับข้อความทางบวก และ 1 2 3 4 5 หรือ 0 1 2 3 4 สำหรับข้อความทางลบ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกมากในทางปฏิบัติ

จากการศึกษาแนวคิดดังที่กล่าวมาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละบุคคลคนมีความคิดเห็น ความรู้สึกต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ได้รับและคาดหวังเอาไว้ ระดับความพึงพอใจจะมากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งความรู้สึกของมนุษย์นั้นมี 2 แบบ คือความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกนี้จะแสดงออกมาต่อการซื้อสินค้าหรือบริการในรูปแบบของความพึงพอใจ ซึ่งถ้าได้รับสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ถ้าหากว่าสินค้าหรือบริการนั้นตรงกับความคาดหวังก็จะมี ความพึงพอใจ ซึ่งความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการนั้น จำเป็นต้องมีการเสริมสร้างความพึงพอใจในการให้บริการ เพราะความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้น

จะเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการที่ได้นำเสนอตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อการบริการ

ความหมายของความจงรักภักดี

โอลิเวอร์ (Oliver, 1999, p. 34) กล่าวว่า ความจงรักภักดีคือข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำหรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ซึ่งลักษณะการซื้อจะซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมหรือชุดของตราสินค้าเดิม การเปลี่ยนพฤติกรรมนี้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบและศักยภาพของความพยายามทางการตลาด

ณัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์ (2549, น.27) กล่าวว่า ความจงรักภักดี คือทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งต้องนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาวเป็นการเห็นวรั้งลูกค้าไว้กับองค์กร ความจงรักภักดีไม่ได้ เป็นเพียงพฤติกรรมการซื้อซ้ำเท่านั้นแต่ยังครอบคลุมความหมายไปถึงความรู้สึกนึกคิดและความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย ซึ่งการซื้อซ้ำของลูกค้าไม่ได้หมายความว่ามีความจงรักภักดีเสมอไปเพราะพฤติกรรมการซื้อซ้ำอาจเกิดจากหลายปัจจัยรวมกัน เช่น มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของลูกค้า ลูกค้ามีความคุ้นเคย สินค้าหรือบริการมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นเกิดจากความผิดพลาดของคู่แข่ง และความสัมพันธ์หรือความประทับใจในอดีตของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

ฮอว์กินส์ และ คอนีย์ (Hawkins & Coney), 2001 (อ้างถึงใน ชญานิน บุหัตถ์พฤษ, 2549, น.47) กล่าวว่า ความจงรักภักดีในตราสินค้านอกจากหมายถึงการซื้อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งอย่างสม่ำเสมอแล้วยังรวมถึงสาเหตุที่ลึกซึ้งมากขึ้นกว่านั้นนั่นคือการซื้อสินค้าในตราสินค้าลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากมีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อตราสินค้านั้นอยู่ด้วยดังนั้นเมื่อลูกค้าได้รับรู้มูลค่าจริงจากสินค้าหรือบริการและรู้สึกพึงพอใจจะมีผลต่อการเพิ่มการใช้สินค้าการซื้อซ้ำและความจงรักภักดีในตราสินค้าซึ่งสามารถนำไปสู่การบ่งชี้บุคลิกภาพของลูกค้าเพราะปฏิกิริยาตอบโต้จากตราสินค้าและการเสริมแรงจากตราสินค้าเพียงในบางส่วนเป็นลักษณะของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองความจงรักภักดีต่อตราสินค้าพบได้โดยทั่วไปสำหรับสินค้าที่มีตราสินค้าติดตลาดจนเป็นสัญลักษณ์ที่มีความโดดเด่นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีไม่ย่อหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้

ประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นแล้วกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มแข่งขันเช่นคูปองส่วนลด แม้จะดึงดูดใจให้กลุ่มลูกค้าผู้จงรักภักดีไปจากสินค้าเดิม แต่จะเป็นเพียงเพราะผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะกลับมาซื้อตราสินค้าเดิมเมื่อการส่งเสริมการขายนั้นสิ้นสุดลง และจะให้ภัยได้หากตราสินค้าที่จงรักภักดีนั้นเกิดความบกพร่องเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอีกด้วย ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้าจะเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลด้วยคำบอกเล่าต่อบุคคลอื่นซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรโดยการสื่อสารแบบปากต่อปากในเชิงบวกของลูกค้าที่มีความจงรักภักดีจะสามารถทำให้ปริมาณลูกค้าในอนาคตเพิ่มขึ้น ดังนั้น ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้าจะช่วยสร้างผลกำไรให้กับองค์กรได้มากกว่าลูกค้าที่มีการซื้อซ้ำ (มหาวิทยาลัยบูรพา: ออนไลน์)

การวัดความจงรักภักดีต่อการบริการ

พง และ ยี (Pong & Yee), 2001 (อ้างถึงใน ผุศพONG ตรีบุบผา, 2547, น.47) กล่าวว่า ความภักดีต่อการบริการนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมทัศนคติและความรู้จึงสรุปปัจจัยที่ใช้ในการวัดความภักดีต่อการบริการได้ดังนี้

พฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repeat Purchase Behavior) เป็นการแสดงถึงความผูกพันที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการ

คำบอกเล่า (Words of Mouth) เป็นผลของการวัดความภักดีที่ดีและมีประสิทธิภาพ การบอกเล่านั้นรวมถึงการแนะนำผู้อื่นด้วย และคนที่มีความภักดีก็มักจะมอบผลในทางบวกกลับสู่ผู้ให้บริการ

ช่วงเวลาที่ยอมรับเลือกใช้บริการ (Period of Usage) เป็นการวัดการเข้ารับบริการว่ามีความต่อเนื่องหรือไม่ หรือรับบริการเดือนละกี่ครั้ง ซึ่งสามารถสะท้อนสถานการณ์การบริโภคว่าเป็นความภักดีในระยะยาวหรือไม่

ความไม่หวั่นไหวต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง (Price Tolerance) คือการที่ราคาสูงขึ้นผู้บริโภคที่มีความภักดีก็ยังเลือกการบริการของเราอยู่ ทำให้เห็นว่าราคาไม่ได้ส่งผลต่อการเลือกการบริการของผู้บริโภค

ความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repeat Purchase Intention) เป็นการเลือกซื้อในบริการเดิมเป็นประจำ

ความชอบมากกว่า (Preference) ผู้บริโภคที่มีความภักดีที่แท้จริงจะแสดงความชอบมากกว่าออกมาให้เห็นได้ชัด

การลดตัวเลือก (Choice Reduction Behavior) ผู้บริโภคที่มีความภักดีจะมีการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจน้อยลง

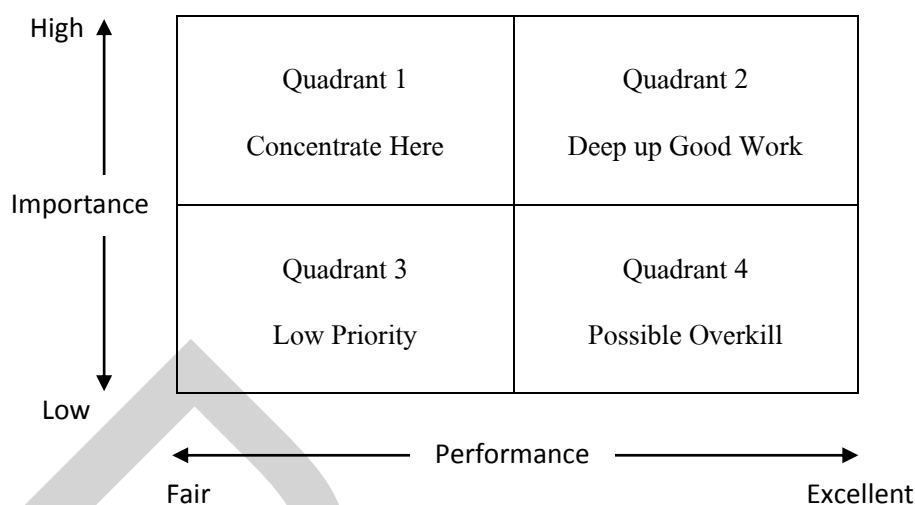
การเป็นอันดับแรกในใจ (First-in-Mind) การบริการนั้นจะเป็นตัวเลือกแรกเสมอหากผู้บริโภคมีความภักดี (มหาวิทยาลัยบูรพา: ออนไลน์)

ดังนั้นความจงรักภักดีต่อการบริการจึงหมายถึงข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำในสินค้าหรือบริการด้วยความพึงพอใจในระยะยาว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (IPA)

Martilla และ James, 1977 (อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, 2555) เป็นผู้คิดค้นแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis : IPA) เป็นครั้งแรก โดย Martilla และ James กล่าวว่า เทคนิคการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ถึงระดับความสำคัญและระดับการปฏิบัติการ ซึ่งเป็นเทคนิคอย่างง่ายที่ใช้สำหรับการวัดและวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะและประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน โดยวิธีการประเมินผลหรือวัดผลการยอมรับและความพึงพอใจในที่มีรูปแบบต่างๆ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้ก็คือความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ

ทวีป ศิริศรีสมบัติ, มนัส ชัยสวัสดิ์, ภิรมย์ จันทาร และศุภกร ลีมคุณธรรมโน (2553) ได้นำเทคนิค IPA มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการนำค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับปฏิบัติงานในแต่ละตัวแปรที่แตกต่างกันมากำหนดจุดตัดบนกราฟในตาราง IPAMatrix ที่แบ่งพื้นที่การวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน โดยแต่ละพื้นที่มีการกำหนดตำแหน่งโดยใช้ค่าระหว่างคะแนนต่ำสุดและสูงสุดของระดับความสำคัญ และระหว่างคะแนนต่ำสุดและสูงสุดของผลการปฏิบัติงาน ดังภาพที่



ภาพที่ 2.1 Importance-Performance Matrix

ที่มา: ทวีป ศิริธรรม, มนัส ชัยสวัสดิ์, ภิรมย์ จันทาร และ ศุภกร ลีมคุณธรรมโน (2553: 145)

โดย ทวีป ศิริธรรมและคณะ กล่าวว่า การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์เป็นอย่างมาก เพราะทำให้ผู้มีอำนาจสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนา และยังสามารถจัดการทรัพยากรหรืองบประมาณได้อย่างคุ้มค่า

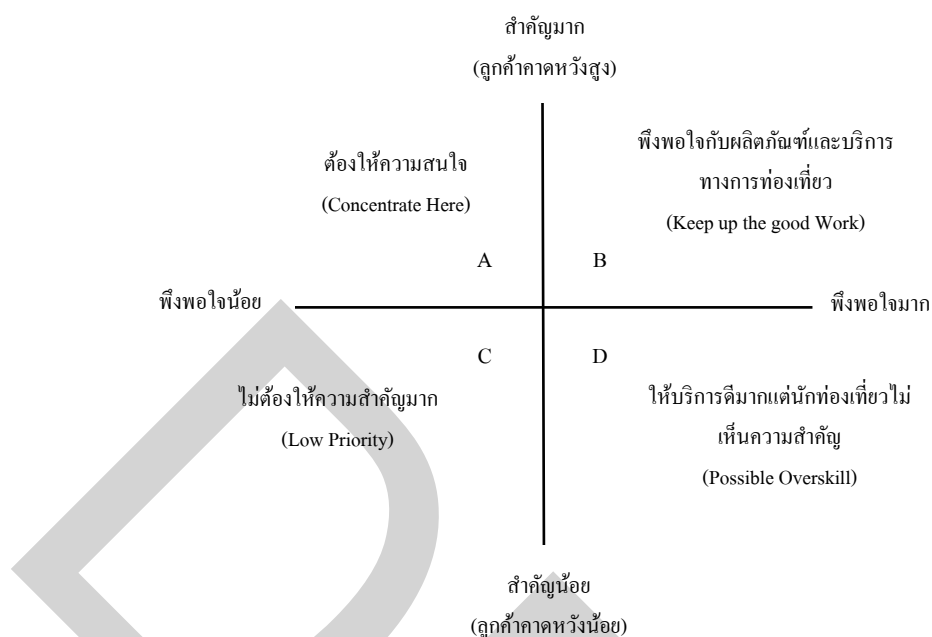
Timothy และ Mark (2004) ได้กล่าวถึง IPA จากข้อเสนอแนะบางประการในมุมมองจากการวางแผนทางเศรษฐกิจ โดย Timothy กล่าวว่า IPA เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ง่ายและประหยัดงบประมาณ และเหมาะสมสำหรับธุรกิจที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเทคนิคดังกล่าวเสมือนเป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงระหว่างผลที่ได้จากการวิเคราะห์ IPA กับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดบทบาทของผู้เป็นเจ้าของธุรกิจในการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล Timothy และ Mark ยังกล่าวอีกว่าพวกเขาไม่สามารถที่จะปฏิเสธความคิดเห็นของ Martilla และ James ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับประโยชน์ทางการตลาดของ IPA ว่า “การวิเคราะห์ความสำคัญด้วยเทคนิค IPA นั้นมีข้อดีหลายประการสำหรับการประเมินการยอมรับของผู้บริโภคของโปรแกรมทางการตลาด และที่สำคัญคือ เป็นเทคนิคที่ใช้ต้นทุนต่ำ เข้าใจง่าย และสามารถให้ข้อมูลในเชิงลึก”

Timothy และ Mark ยังพบว่าโดยปกติแล้วเทคนิค IPA ในแบบดั้งเดิมนั้นค่อนข้างที่จะเป็นประโยชน์อยู่แล้ว ถึงแม้ว่าจะถูกนำไปปรับใช้กับด้านอื่นก็ตาม แต่เทคนิคดังกล่าวก็ยังเป็นประโยชน์อยู่แล้ว ถึงแม้ว่าจะถูกนำไปปรับใช้กับด้านอื่นก็ตาม แต่เทคนิคดังกล่าวก็ยังเป็น

ประโยชน์ต่อการจัดการในกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระยะแรกๆ IPA จะเป็นเทคนิคที่มีประโยชน์มากสำหรับการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่องค์กรต้องเผชิญ

IPA จึงเป็นเทคนิคที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าถึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการในหลากหลายสาขา (Hawes and Rao, 1985; Zhang and Chow, 2004) นอกจากนี้ เทคนิคดังกล่าวยังถูกนำไปปรับใช้กับการศึกษาวิจัยในศาสตร์ด้านอื่น รวมถึงศาสตร์ทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีนักวิชาการหลายท่านที่ได้นำเทคนิค IPA ไปปรับใช้กับการศึกษาวิจัยของตนไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว คุณภาพและบริการของโรงแรม รีสอร์ท และการศึกษาเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไป อาทิ Chu และ Choi (2000) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวในฮ่องกงเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยว 2 ประเภท คือ นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การศึกษาของ Lewis, R.C. และ Chambers, R.E.(1989) ได้นำเทคนิค IPA มาประกอบการรายงานผลการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมเชอราตัน เพื่อวัดประสิทธิภาพการให้บริการ และการศึกษาของ While Evans และ(1989) ได้ทำการตรวจสอบการรับรู้ของผู้ให้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องของคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยใช้เทคนิค IPA

ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า IPA มีข้อได้เปรียบในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการประเมินผลการยอมรับ และความพึงพอใจของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นเทคนิคการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ เป็นเทคนิคที่เข้าใจง่าย และให้ข้อมูลที่ในเชิงลึก ที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น นอกจากนี้ การนำเสนอผลการประเมิน IPA อยู่ในรูปแบบของกราฟสองมิติซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ทำให้สามารถแปลผลข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดดียิ่งขึ้น (Martilla and James, 1977) ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 กราฟเปรียบเทียบความคาดหวังและความฟุ้งพองของแต่ละคุณสมบัติของนักท่องเที่ยว
ที่มา: คัดแปลงจาก สุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550)

จากภาพที่ 2.2 สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อนำค่าความคาดหวังและความฟุ้งพองมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ไດ ๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะ ในที่นี้แนวคิดของ Martilla และ James จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัย

Quadrants A (Concentrate Here) หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยวไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ คือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ แต่กลับได้รับการตอบสนอง จึงแสดงออกซึ่งความฟุ้งพองในระดับต่ำ

Quadrants B (Keep Up the Good Work) หมายถึง ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก คือนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความฟุ้งพองในระดับสูง

Quadrants C (Low Priority) หมายถึง ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพต่ำ ในขณะที่คุณลักษณะดังกล่าวก็ไม่มีสำคัญต่อนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหวังอะไรในคุณลักษณะนั้นๆ ดังนั้น ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

Quadrants D (Possible Overkill) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินไปจนในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นจึงแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Heung และ Qu, (2000) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อฮ่องกง โดยศึกษาด้านต่างๆ 8 มิติ 29 คุณลักษณะ พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจต่อฮ่องกงในระดับสูงสุดคือการเดินทางเข้าถึงสะดวก และได้วิเคราะห์ปัจจัยในด้านต่างๆ ทั้ง 29 คุณลักษณะ พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจต่อมิติต่างๆ ทั้ง 8 ด้านเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ด้านผู้คน 2) ด้านความสะดวกสบายโดยรวม 3) ด้านราคา 4) ด้านที่พักและอาหาร 5) ด้านสินค้า 6) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) 7) ด้านวัฒนธรรม 8) ภูมิอากาศและภาพลักษณ์ และยังพบอีกว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะแนะนำให้ชาวญี่ปุ่นคนอื่นๆ มาท่องเที่ยวที่ฮ่องกงคือ ด้านที่พักและอาหาร ด้านราคา และด้านวัฒนธรรมตามลำดับ

สุวัจชัย เสมมา (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัตยาและบางแสน: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า 1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัตยาและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท/เดือน 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวพัตยาและบางแสน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวพัตยาและบางแสน โดยดูจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ และเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว โดยรดส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001 - 5,000 บาท ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากอาหาร และเครื่องดื่ม กิจกรรมที่ชื่นชอบ คือ การท่องเที่ยวชมสถานที่/การแสดง 3. ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัตยาและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้น ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัตยาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยว

พญาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน

เสาวรส ประทุมสุวรรณ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพญา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 61 และร้อยละ 39 ตามลำดับ มีอายุเฉลี่ย 29 ปี และมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 65 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 37 โดยจำนวนคนส่วนใหญ่ของคนในกลุ่มนี้อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,000-15,000 บาท ร้อยละ 61

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพญา จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับ มากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ การเดินทางคมนาคมสะดวกรวดเร็ว มีรถสาธารณะให้บริการในการเดินทาง และสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความหลากหลายของสถานบันเทิง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว เครื่องเล่นกีฬาทางน้ำครบครัน งานประเพณีต่างๆ และความสวยงามของชายหาดและหมู่เกาะ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีการจัดงานเทศกาลต่างๆ เช่น พัทยามิวสิกเฟสติวัล เป็นต้น และงานแข่งขันกีฬาต่างๆ เช่น พัทยามาราธอน เป็นต้น ปัจจัย ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ คนในท้องถิ่นเมืองพญามีอัธยาศัยและมิตรไมตรีที่ดี และการให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น ตำรวจท่องเที่ยวศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว เป็นต้น และปัจจัย ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัย

ย่อยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการใช้บริการที่พัก ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในอาหารและเครื่องดื่ม ความเหมาะสมของราคาเดินทางหาดและเครื่องเล่นทางน้ำต่างๆ ความเหมาะสมของราคาบัตรผ่านเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีในครั้งนี้เพื่อพักผ่อน ร้อยละ 90 เดินทางมากับญาติ/พี่น้อง ร้อยละ 51 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 70 สถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้คือ หาดพัทยา ร้อยละ 65 นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักบังกะโล และรีสอร์ท ร้อยละ 51 มีระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้อยู่ที่ 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 42 และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถามเพื่อน/คนสนิท ร้อยละ 80

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีในครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวให้พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว รองมาคือด้านที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอสังหาริมทรัพย์และมิตรไมตรีคนท้องถิ่น และด้านระบบการคมนาคม/ขนส่งตามลำดับ โดยความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบนเทิง ความหลากหลายของกิจกรรม และความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ความพึงพอใจด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านที่พักให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะอาดสบายของที่พัก และการต้อนรับและการให้บริการในที่พัก ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น และห้องสุขาอาบน้ำ ความพึงพอใจด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านอาหารและเครื่องดื่มให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้

มีความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ และราคาคู่ค้าเหมาะสม ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.697 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ ในสถานที่พักแรม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ บริเวณชายหาด และบริเวณสถานบันเทิง เช่น Walking Street เป็นต้น ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.695 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้ให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในการใช้บริการที่พัก และความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายในอาหารและเครื่องดื่ม ความพึงพอใจด้านอสังหาริมทรัพย์และมิตรไมตรีคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านอสังหาริมทรัพย์และมิตรไมตรีคนท้องถิ่นให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ พนักงานบริการสถานที่ต่างๆ การต้อนรับของคนในท้องถิ่นเมืองพัทยาและเจ้าหน้าที่ของรัฐ และความพึงพอใจด้านระบบการคมนาคม/ขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจย่อยด้านระบบการคมนาคม/ขนส่งให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีสถานที่จอดรถให้บริการ และความคล่องตัวและการจราจรในเมืองพัทยา

จุฑามาศ อ่วมประดิษฐ์ (2555) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากการศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วงระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2556 ทั้งหมดจำนวน 200 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 100 คน พบว่า ลักษณะทั่วไปที่เหมือนกันของท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างคือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 ถึง 40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ชอบใช้ชีวิตยามว่างในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

ลักษณะทั่วไปที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มีสัญชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้ระหว่าง 5,000 ถึง 15,000 บาทต่อเดือน ชอบการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย นับถือศาสนาคริสต์ มีรายได้ระหว่าง 30,000 ถึง 60,000 บาทต่อเดือน ชอบเที่ยวต่างประเทศเป็นหลัก

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จากการศึกษารวบรวมข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมที่เหมือนกันของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ส่วนใหญ่มีความตั้งใจมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยเฉพาะจุดประสงค์ในการมาเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมากับครอบครัว เมื่อมาเที่ยวแล้วรู้สึกประทับใจและคิดว่าจะกลับมาเที่ยว อีก

พฤติกรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยใช้รถส่วนตัว เป็นผู้ที่เคยมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว ช่วงเวลาที่มาเที่ยวคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลามาเที่ยวเพียง 1 วันต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 1,501 ถึง 3,000 บาทต่อครั้ง และได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากการบอกเล่าของคน ที่รู้จัก

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวด้วยรถโดยสารประจำเส้นทาง เป็นผู้ที่ไม่เคยมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาก่อน ช่วงเวลาในการเดินทาง มาเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ใช้เวลามาเที่ยว 3 วันต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 10,501 ถึง 15,000 บาทต่อครั้ง และได้รับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือแนะนำเที่ยว

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ความพึงพอใจ โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและ นักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลกระทบ ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) ที่เกี่ยวกับความเหมาะสมของราคาที่พักและบริการที่ได้รับ และความเหมาะสมของราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่เกี่ยวกับความสะดวกในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทางจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก แต่ในเรื่องเกี่ยวกับความเพียงพอของข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล และการเข้าถึงของข้อมูลข่าวสาร และสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร ที่เกี่ยวกับอธยาศัย/มิตรภาพของคนในพื้นที่ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว ความเป็นมิตรและความสุภาพของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชน และความรอบรู้ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนต่อสถานที่ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก แต่ในเรื่องเกี่ยวกับความสะอาดของสถานที่ และป้ายบอกชื่อสถานที่และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ส่วน แต่ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก เกี่ยวกับความเพียงพอของห้องน้ำ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย กับความเพียงพอของห้องน้ำ และบริษัทยาน้ำดื่ม ของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการเดินทางมาเที่ยว และความประทับใจในการมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในระดับมาก

โดยเมื่อพิจารณาตามรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในส่วนที่มีความพึงพอใจระดับมาก พึงพอใจในเรื่องความน่าประทับใจของ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอันดับแรก (4.41) อาจเนื่องมาจากสถาปัตยกรรม โบราณที่หลงเหลืออยู่ และความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ส่วนอันดับสุดท้ายของความพึงพอใจในระดับมาก คือ เรื่องบริษัชนำเที่ยว (3.46) ซึ่งอาจเนื่องจากในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีบริษัทนำเที่ยวไม่มากหรือเป็นรายเล็กจึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด

ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าความพึงพอใจรวมของปัจจัยแต่ละด้านในส่วนที่มีระดับความพอใจมาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในเรื่องอัตราค่าบริการเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (4.25) เป็นอันดับแรก สำหรับความพึงพอใจในอันดับสุดท้าย คือ ค่ารถท่องเที่ยว (3.50) และความสะอาดของห้องน้ำ (3.50) และส่วนที่มีความพึงพอใจปานกลาง อันดับแรก คือเรื่องศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว (3.55) สำหรับความพึงพอใจระดับปานกลางที่น้อยที่สุด คือเรื่องความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว (3.29) อาจเนื่องมาจากมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดไม่เพียงพอ

อาริตา จินดา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม ระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา พบว่าเพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการได้รับบริการจากโรงแรมเรื่องสรว่ายน้ำของโรงแรม และบริเวณโรงแรมติดทะเล และมีชายหาดส่วนตัวที่ให้ความสงบในการพักผ่อนที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากการศึกษาพบว่าขัดแย้งกับกัมปนาท ผุดผ่อง (2548) ที่ได้ทำการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมไม่แตกต่างกัน จากทฤษฎีการตลาดที่ได้ทำการศึกษาในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมจะทำให้ทราบว่าเพศถือเป็นหนึ่งลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคในที่นี้คือนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวมีเพศที่ไม่เหมือนกันจะส่งผลให้ความคิด ทศนคติและการแสดงออกแตกต่างกันไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีการตลาด เช่น จากการที่เพศหญิงถือเป็นเพศที่ละเอียดอ่อนใส่ใจกับรายละเอียดเพียงเล็กน้อยที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์รอบด้านอาจให้ความสำคัญกับสรว่ายน้ำของโรงแรม และชายหาดส่วนตัวในระดับ

มากกว่าเพราะถือเป็นสถานที่ในการสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวของตนมีความสมบูรณ์ ขณะที่เพศชายอาจไม่ใส่ใจกับเรื่องดังกล่าวเพราะมองว่ามีหรือไม่มีไม่ใช่ประเด็นใหญ่หรือรายละเอียดที่สำคัญซึ่งทำให้มีความคิดเห็นพึงพอใจในเรื่องดังกล่าวน้อยได้

ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการได้รับการบริการจากโรงแรม เรื่องความสะดวกของห้องพักและห้องน้ำ, การให้บริการของพนักงาน, การให้บริการของพนักงาน, รสชาติอาหาร ความหลากหลาย ความสะดวก, ความรวดเร็วในการให้บริการ Check in และ Check Out และระบบและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในโรงแรม เช่น อินเทอร์เน็ต, สปา เป็นต้นที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าสอดคล้องกับกัมปนาท ศุคผ่อง (2548) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และยังสอดคล้องอีกว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่ามีความขัดแย้งบางประเด็นกับงานการศึกษาวิจัยของกัมปนาท ศุคผ่อง (2548) ที่พบว่าอายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ขณะที่ผลการศึกษของผู้วิจัยเองพบว่าในเรื่อง อายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน จากเรื่องของการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน จะพบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีทางการตลาดที่พบว่า ความพึงพอใจหรือทัศนคตินั้น จะเกิดขึ้นมาจากปัจจัยประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล ศาสตราจารย์คอกเตอร์ ฟิลิป คอตเลอร์ (Prof. Dr. Philip Kotler) บรรณาธิการด้านการตลาด เคยได้ให้นิยามที่อธิบายเรื่องนี้ว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อความคิดเห็น ทัศนคติ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เรื่องของระดับการศึกษานั้นศาสตราจารย์คอกเตอร์ ฟิลิป คอตเลอร์ ได้จัดว่าเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่จะส่งผลต่อทัศนคติ ความคิด ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ของปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) (Kotler, 2003) จึงกล่าวได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาที่สูงกว่าจะทำให้มีขั้นตอนในการพิจารณาความพึงพอใจ จากประสบการณ์ การคิดไตร่ตรองตรงโดยมีหลักเกณฑ์มาตรฐานในใจของตนอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจว่าตนมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการบริการจะเกิดจากคิดที่ผ่านการวิเคราะห์อย่างละเอียดถี่ถ้วนและมีความรอบด้าน ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า จะมีขั้นตอนในการพิจารณาว่าตนเองมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่ไม่สลับซับซ้อนและขาดการคิดที่รอบคอบอย่างเป็นระบบ และมีการรับเอาความคิดเห็นของ

บุคคลอื่นเข้ามาเป็นแรงกระตุ้นหรือตัวแปรในการตัดสินใจในความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของตน เช่น ผู้ที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า เมื่อได้รับฟังเรื่องราวจากบุคคลอื่นว่า โรงแรม A พนักงานบริการได้ดี ขณะที่โรงแรม B พนักงานไม่ให้ความสนใจ ก็จะนำเรื่องดังกล่าวมาตัดสินใจความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อโรงแรม A และ B ตามคำบอกเล่ากล่าวอ้างทั้งหลาย โดยไม่ได้ดูสาเหตุหรือเหตุผลที่เกิดขึ้นจริง ว่าเพราะเหตุใดคนบอกเล่าจึงกล่าวอ้างแบบนั้น และจะเห็นว่าไม่ได้มีการคิดวิเคราะห์พิจารณาจากประสบการณ์ของตนเอง หรือมีการสรรหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันคำบอกเล่าอ้างนั้น อย่างมีมาตรฐานและเป็นระบบ ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า เมื่อได้รับฟังคำบอกเล่าดังกล่าวก็จะมีอาการคิดวิเคราะห์ว่าเป็นไปอย่างนั้นได้อย่างไร ซึ่งอาจทำให้มีการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากหลายๆบุคคล เพื่อดูว่ามีข้อความบอกกล่าวอ้างตรงกันหรือไม่ และอ้างจากประสบการณ์ของตนเองมาเป็นหลักในการคิดวิเคราะห์พิจารณาว่าเป็นไปตามคำบอกกล่าวอ้างหรือไม่ ดังนั้น ทำให้ผู้ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการได้รับบริการจากโรงแรมแตกต่างกัน

สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการได้รับบริการจากโรงแรมเรื่องความสะดวกของห้องพักและห้องน้ำ และรสชาติอาหาร ความหลากหลาย ความสะดวกที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษานั้นมีความขัดแย้งกับกัมปนาท สุดม่อง (2548) ที่พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันจะทำให้ความพึงพอใจในการให้บริการของโรงแรมไม่แตกต่างกัน จากทฤษฎีสามารถกล่าวได้ว่าสถานภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะมากระทบความคิดหากผู้ที่มีการสมรสมีครอบครัวจะทำให้ต้องยอมรับและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่เป็นคู่สมรสหรือบุคคลในครอบครัวมาพิจารณาตัดสินใจประกอบบางครั้งการตัดสินใจอาจต้องคล้อยตามมากกว่ายึดการตัดสินใจของตนเองเป็นหลัก เช่น ผู้ที่มีสถานภาพสมรส ความรู้สึกพึงพอใจบางครั้งไม่ได้เกิดจากการสัมผัสหรือรับรู้และตัดสินใจด้วยตัวคนเดียวแต่ต้องคำนึงถึงคู่สมรสหรือคนในครอบครัว บางครั้งพบว่าคู่สมรสหรือคนในครอบครัวเกิดไม่พึงพอใจในเรื่องของรสชาติอาหาร ความหลากหลาย ความสะดวก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีสถานภาพสมรสยอมรับความคิดเห็นนั้นเข้าไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจและความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างทำให้ท้ายที่สุดเกิดความไม่พึงพอใจตามกันได้ ขณะที่ผู้มีสถานภาพโสดสามารถตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลักได้ดังนั้นจะไม่เกิดผลกระทบจากปัจจัยทางความคิดของบุคคลอื่นไปกระทบทัศนคติ และความพึงพอใจจึงเกิดจากความคิดของตนเองที่ได้สัมผัสและได้รับจากประสบการณ์เป็นหลัก

ปัจจัยด้านราคาการบริการที่แตกต่างกัน จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้นจะพบว่าสอดคล้องกับ Dmitrovic และคณะ (2007) ที่พบว่าเรื่องของต้นทุนของนักท่องเที่ยวก็คือเรื่องของปัจจัยการตลาดบริการด้านราคา จะเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ พฤติกรรม และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยการตลาดด้านราคานั้น หากนักท่องเที่ยวมีมุมมองที่ว่าราคานั้นมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ ทั้งเรื่องของความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงาน อาหารที่อร่อย ห้องพักสะอาดมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน มีทำเลที่ดีในการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการที่จ่ายไปเป็นค่าบริการมีความคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในราคาค่าบริการ ขณะที่หากนักท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการตามราคาของโรงแรมระดับ 4 ดาว แต่ไม่ได้รับการบริการดังที่กล่าวมาอย่างครบครัน จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่คุ้มค่าต่อเงินที่จ่ายออกไปเป็นค่าบริการ ซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลต่อความรู้สึกไม่พึงพอใจได้ ดังนั้นปัจจัยการตลาดบริการด้านราคานักท่องเที่ยวได้รับรู้หรือพบเจอที่แตกต่างกันจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากรการบริการที่แตกต่างกัน จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งพบว่าสอดคล้องกับ Valle และคณะ(2006) ที่พบว่าความเป็นมิตรและสมรรถนะของพนักงานผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมองหามากที่สุด และจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มโรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 10 โรงแรม ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพัทยา ซึ่งแน่นอนว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ได้รับการบริการจากโรงแรมที่แตกต่างกัน และได้รับการบริการจากพนักงานบุคลากรผู้ให้บริการที่แตกต่างกันไปตามแต่ละโรงแรม ดังนั้นเมื่อการที่ได้รับการบริการจากบุคลากรการบริการคนละโรงแรมกัน ซึ่งแต่ละโรงแรมได้ให้ความสำคัญในการบริการของบุคลากรบริการที่แตกต่างกัน มาตรฐานของบุคลากรการบริการไม่สามารถที่จะเท่าเทียมหรือทัดเทียมกันได้ทุกคน และตัวของบุคลากรการบริการย่อมแตกต่างกันตามประชากรศาสตร์ของแต่ละคนอยู่แต่เดิม จึงทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการบริการจากบุคลากรการบริการที่แตกต่างกันย่อมมีความพึงพอใจแตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่แตกต่างกันจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าสอดคล้องกับ Dmitrovic และคณะ (2006) ที่พบว่าเรื่องของคุณภาพ ซึ่งตีความหมายได้ว่าหมายถึงกระบวนการบริการนั้นเป็นเรื่องที่นักท่องเที่ยวคำนึงให้ความสำคัญและส่งผลให้ความพึงพอใจแตกต่างกันออกไป จากการศึกษาพบว่ากระบวนการบริการของโรงแรม 4 ดาว ทั้ง 10 แห่งนั้นย่อมมีความแตกต่างกัน และการที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนใช้บริการนั้นย่อมแตกต่างกันตามลักษณะการเลือกรูปแบบการใช้บริการเช่นกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาในลักษณะคู่รัก ก็จะได้รับบริการในรูปแบบที่เหมาะสมลงตัวกับการท่องเที่ยวแบบคู่รัก เช่น บริการสปา, บริการโต๊ะอาหารใต้แสงเทียนพร้อมไวน์เลิศรส เป็นต้น ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว ก็จะได้รับบริการในกระบวนการที่แตกต่างจากคู่รัก แต่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวแบบครอบครัว เช่น บริการให้ยืม DVD การ์ตูนสำหรับเด็กๆ, บริการสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก ที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดและดูแลเอาใจใส่อย่างดี เป็นต้น ซึ่งจะเห็นลักษณะการบริการของโรงแรมจะให้บริการในกระบวนการที่แตกต่างกันไปและเหมาะสมเฉพาะกับแต่ละประเภทของนักท่องเที่ยว ตามแพ็คเกจหรือความต้องการที่นักท่องเที่ยวได้แจ้งไว้ก่อนเข้าพัก ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะแตกต่างกันออกไปตามกระบวนการบริการที่ได้รับ นักท่องเที่ยวประเภทครอบครัวอาจไม่ชอบการบริการโต๊ะอาหารใต้แสงเทียน เพราะไฟของเทียนอาจเป็นอันตรายต่อเด็กๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เป็นคู่รักอาจต้องการความเป็นส่วนตัวจึงไม่ชอบที่มีเด็กที่ส่วนใหญ่จะส่งเสียงเล่นกันอย่างสนุกสนานและเสียงดังตามสระน้ำหรือภายในโรงแรม ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยการตลาดบริการด้านกระบวนการบริการที่แตกต่างกัน จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

2.6 ข้อมูลทั่วไปของเมืองพัทยา

“เมืองพัทยา” แต่เดิมนั้นเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมงเล็กๆ ที่ตั้งอยู่ในเขต ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ 30 กิโลเมตร มีลักษณะทางกายภาพแนวหาดพัทยาทอดตัวยาวขนานล อยู่ในวงล้อมของโค้งอ่าวครึ่งวงกลม ตลอดแนวยาว 3 กิโลเมตร รวมกับนาจอมเทียนอีก 3 กิโลเมตร ต่อมาในปี 2499 ทางราชการได้จัดตั้งเป็นสุขาภิบาลนาเกลือขึ้น ขณะนั้นหมู่บ้านชาวประมงพัทยายังอยู่นอกเขตสุขาภิบาล กระทั่งต่อมาในปี 2507 จึง

ได้มีการขยายอาณาเขต สุขาภิบาล จากตำบลนาเกลือไปจนถึงเขตพญาใต้ มีพื้นที่ในการปกครอง ประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร

ประวัติศาสตร์เมืองพญา พุทธศักราช 2310

ความเกี่ยวข้องของเมืองพญากับประวัติศาสตร์ที่เล่าขานถึงตำนานอันเป็นที่มาของ “พญา” นั้นมีประวัติเล่าถึงเหตุการณ์สำคัญไว้ 2 กระแส กล่าวคือ

กระแสหนึ่งพูดถึงพญาในฐานะที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของชาติไทยว่า ในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ในปี พ.ศ. 2310 ประมาณ 2 เดือน พระยาตาก (สิน) เจ้าเมืองตาก เมื่อครั้งพระนครศรีอยุธยาถูกพม่าล้อม ทรงนำกำลังพลประมาณ 500 นาย ตีแหวกวงล้อมของพม่า เพื่อมาตั้งหลักกันใหม่ ทรงเดินทางมาแวะพักทัพในบริเวณอันเป็นที่ตั้งของเมืองพญาในปัจจุบัน ก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังเมืองจันทบุรี และกลับไปต่อสู้ขับไล่ข้าศึกออกจากประเทศไทย หลังจากเสียกรุงศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 พร้อมทั้งประกาศอิสรภาพ ทรงกอบกู้เอกราชของชาติมาได้ ภายในระยะเวลาเพียง 7 เดือนเท่านั้น ต่อมาท่านได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ผู้ก่อตั้งกรุงธนบุรีเป็นราชธานีแห่งที่ 3 ทรงปราบดาภิเษกเป็นพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2310 ของประเทศไทย ดังนั้น สถานที่บริเวณที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้เดินทางมาแวะพักทัพนั้น ต่อมาชาวบ้านจึงได้เรียกขานกันว่า “ทัพพระยา”

ส่วนอีกกระแส ได้กล่าวถึงตำนานไว้ว่า “พญา” ตรงบริเวณที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมาแวะพักทัพนั้น เป็นบริเวณที่มีทำเลดีและมีลมทะเลชนิดหนึ่งชื่อว่า “ลมพญา” เป็นลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ได้พัดผ่านเข้ามาที่นี่เป็นประจำทุกปี ในตอนต้นฤดูฝน จึงได้เรียกสถานที่บริเวณนี้ว่า “หมู่บ้านพญา” และต่อมาได้เรียกเป็น “พญา” ในที่สุด

ประวัติศาสตร์เมืองพญา พุทธศักราช 2491

ในปี พ.ศ. 2491 ได้มีการบุกเบิกพัฒนาที่ดินของเมืองพญา โดยได้มีบุคคลสำคัญ คือ คุณปริญญา ขวลิตธำรง ซึ่งได้ซื้อที่ดินบุกเบิกและสร้างความเจริญให้กับเมืองพญา เมื่อท่านได้เล็งเห็นถึงมนต์เสน่ห์ของหาดทรายขาว น้ำทะเลใส ทิวทัศน์ที่สวยงาม หาดทรายโค้งครึ่งวงกลมและคาดการณ์ถึงความเจริญในภายภาคหน้า จึงตัดสินใจซื้อที่ดิน ระหว่างบุกเบิกพัฒนา คุณ ปริญญา

ชลิตธารัง ได้นำเสนอและขอร้องทำนนายอำเภอให้เปลี่ยนภาษาเขียน เพราะเห็นว่าการเขียนแบบเดิมนั้นไม่ทันสมัยและโบราณ โดยเปลี่ยนจาก “พัทธยา” นำ ธ.รง ออก มาเป็นคำว่า “พัทยา” ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

จุดเริ่มต้นการพัฒนาเมืองพัทยา

ในสมัยก่อน เมื่อมีการซื้อขายที่ดิน ผู้ซื้อจะได้รับใบครอบครอง ส.ค. 1 (ใบแจ้งการครอบครองที่ดิน เป็นหลักฐานแสดงการครอบครองที่ดิน) เพื่อการเข้ามาทำประโยชน์และการพัฒนาที่ดิน จากนั้นจึงจะดำเนินการออกใบเอกสารสำคัญต่างๆ กันในภายหลัง จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาถนนหนทาง ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ไฟฟ้า ประปา ร่วมกันพัฒนากับหลายภาคส่วน พร้อมทั้งปรับปรุงทัศนียภาพให้เห็นทัศนียภาพที่สวยงามของชายหาดและน้ำทะเล โดยถนนสายแรกในพัทยา คือ “ถนนสายพัทยา – นาเกลือ” เริ่มตั้งแต่ตลาดนาเกลือวิ่งตรงมาถึงชายหาด (บริเวณโรงแรมดุสิต รีสอร์ท และ โรงแรมอมารีฯ ในปัจจุบัน) แล้วเลี้ยวซ้ายเลียบชายหาดมาถึงพัทยาได้ ระหว่างทางด้านขวามือได้มีการตัดถนนไปลงชายหาดด้วยเช่นกันโดยตัดเป็นซอย เช่น ซอยวงศ์อำมาตย์ ซอยชลิตธารัง และซอยผิงผา (ตั้งชื่อซอยตามนามสกุล เพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้มีส่วนในการพัฒนาบุกเบิกเมืองพัทยา) เป็นต้น ถนนซอยเหล่านี้ทำขึ้นเพื่อให้เป็นทางเข้าไปยังบ้านพักตากอากาศ ซึ่งด้านหลังมักทำเป็นเหมือนบ้านพักตากอากาศที่ชายหาดหัวหิน

เมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยว

จุดเริ่มต้นของการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นผลมาจากการพัฒนา คือ ภายหลังจากที่ถนนสายพัทยา-นาเกลือ เสร็จได้ไม่นาน มีนักหนังสือพิมพ์ “เพลินจิตต์” และนักประพันธ์ชื่อดังมาเที่ยวพัทยาด้วยรถตู้ ได้เดินทางไปชายหาดแห่งหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันนี้คือที่ตั้งของโรงแรมดุสิต รีสอร์ท ซึ่งทุกท่านเห็นแล้วชอบและประทับใจมาก เมื่อกลับไปได้นำเรื่องราวของหาดพัทยาเขียนลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ เพลินจิตต์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้คนได้รู้จักพัทยากันมากขึ้น หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2498 เริ่มมีทัวร์พาคนกรุงเทพฯ มาเที่ยวที่พัทยาคราวละ 30-40 คน บ้าง จนถึงปี พ.ศ. 2515 ความสะดวก สบายของถนนหนทาง ทำให้คนสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ และเดินทางด้วยรถโดยสาร จนเมืองพัทยาได้ถูกนำบันทึกเรื่องราวและบรรยายบรรยากาศ ไปตีพิมพ์เผยแพร่ไว้ใน อนุสาร อ.ส.ท. ฉบับที่ 6 ปีที่ 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2515

จุดเปลี่ยนอันเป็นจุดเริ่มต้นของเมืองท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติรู้จักเมืองพัทยา เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2502 กองทัพสหรัฐมีนายทหารอเมริกันหลายพันนาย ได้มาขอใช้สนามบินอู่ตะเภาเป็นฐานที่มั่นประจำการเพื่อส่งกองกำลังทหารอเมริกันเข้าร่วมรบในสงครามเวียดนาม ช่วงวันหยุดราชการทหารอเมริกันจะนั่งรถบีเอ็ม ซี เดินทางเข้ามาพักผ่อนที่อ่าวพัทยา ช่วงนั้นพัทยายังเงียบสงบเมื่อเสร็จสิ้นการรบทหารอเมริกันได้กลับไป ชื่อเสียงของเมืองพัทยาก็เริ่มขจรไกลจากปากบรรดาจิไอไปสู่ชาวตะวันตกอื่นๆ ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2520 นักท่องเที่ยวจากตะวันตกซึ่งเป็นชาวยุโรป เริ่มเข้ามาท่องเที่ยวทำให้เมืองพัทยาเติบโตขึ้นมาก โรงแรมใหม่ๆ ก็ผุดขึ้นมามากขึ้นตามลำดับตั้งแต่พัทยาเหนือไปจนถึงพัทยากลางและพัทยาใต้ และขยายขยายต่อไปจนถึงหาดจอมเทียนซึ่งอยู่ถัดไปทางใต้ ในยุคสมัยหนึ่งพัทयरุ่งเรืองสุดขีดถึงกับได้รับการขนานนามว่าเป็น “ริเวียร่าแห่งเอเชีย” (มีความสวยงาม เทียบเท่าชายหาดของอิตาลี ชื่อว่า “อิตาลี ริเวียร่า” ทางฝั่งยุโรปได้ชื่อว่าอากาศดีมาก ติดอันดับเมืองท่องเที่ยว)

พัทยาสู่เขตปกครองพิเศษ

ภายหลังจาก “เมืองพัทยา” เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของโครงสร้างของเมือง อัตราการเพิ่มของประชากรการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานและแรงงาน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและองค์ประกอบในด้านอื่นๆ ส่งผลให้การปกครองในรูปแบบสุขาภิบาลไม่สามารถบริหารงานและแก้ไขปัญหาของเมืองได้ทันทั่วทั้งที่ ประกอบกับรัฐบาลในขณะนั้นได้เล็งเห็นความสำคัญของเมืองพัทยาลดจนเล็งเห็นถึงความสำคัญด้านกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้เสนอให้นำการปกครองรูปแบบพิเศษมาใช้ที่เมืองพัทยาเพื่อแก้ไขปัญหาและ เพื่อสร้างอนาคตที่สดใสมั่นคงให้แก่เมืองพัทยาสืบต่อไปเหตุผลในคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ 736/2519 ลงวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2519 ระบุว่า เมืองพัทยานอกจากมีความเจริญในด้านวัตถุแล้ว อัตราการถ่ายเทของประชากรในเมืองพัทยาก็ออยู่ในระดับสูง ไม่นั่นอนเหมือนกับท้องถิ่นทั่วไป และพัทยาก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก จากศักยภาพของเมืองพัทยามีความพร้อมในด้านต่างๆ พัทยาจึงเป็นเมืองที่ได้รับการจับตามองและให้ความสำคัญในการพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ

ก่อนเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2521 พัทยาในฐานะเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในเขตการปกครองของสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2499 แต่มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร แต่เนื่องจากพัทยาใต้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่

ได้รับความนิยมนอกจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิม ไม่อาจจะบริหารงานและให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วและแก้ปัญหาต่าง ๆ ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ขึ้น ผลแห่งพระราชบัญญัตินี้ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 จึงทำให้พัทยาเปลี่ยนจากการอยู่ในเขตการปกครองของสุขาภิบาลนาเกลือไปเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษแบบมีผู้จัดการเมือง (City Manager) เป็นการปกครองท้องถิ่นรูปแบบที่ 5 ของไทย และให้เมืองพัทยามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร

การปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษของเมืองพัทยามีความแตกต่างไปจากรูปแบบการปกครองท้องถิ่นอื่นๆ ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทย มีลักษณะคล้ายกับรูปแบบการปกครองของเทศบาลรูปแบบสภาและผู้จัดการ (Council and Manager Form) หรือผู้จัดการเทศบาล (City Manager) แบบเดียวกับของสหรัฐอเมริกา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเป็นการนำเอาระบบบริหารรูปแบบผู้จัดการมาใช้บริหารเมืองพัทยานั่นเอง นับเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยด้วยการที่ได้ทดลองเอารูปแบบผู้จัดการมาใช้กับเมืองพัทยาเช่นนี้ก็ด้วยตระหนักว่า เป็นท้องถิ่นที่อยู่ในเขตศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยว เขตอุตสาหกรรมและเขตท่าเรือน้ำลึก มีความเจริญและมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากท้องถิ่นอื่นเป็นอันมาก

กระทั่งรัฐธรรมนูญราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีผลบังคับ ได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 บังคับใช้ ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 นายกเมืองพัทยานคนแรกคือ พลเรือเอก สถาปนิก เกยานนท์ จากอดีตถึงปัจจุบัน มีนายกเมืองพัทยาทั้งสิ้นรวม 8 คน

ลักษณะทางกายภาพ

เมืองพัทยา ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออก ท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร

อาณาเขต

ทิศเหนือ : เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย

ทิศตะวันออก : ขนานไปกับถนนสุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก
ประมาณ 900 เมตร)

ทิศตะวันตก : ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล

ทิศใต้ : จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

พื้นที่

พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร (130,062.50 ไร่)

พื้นดิน 53.44 ตารางกิโลเมตร (33,400 ไร่) (รวมเกาะล้าน)

พื้นน้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร (96,662.50 ไร่)

เกาะล้าน 4.07 ตารางกิโลเมตร (2,543.75 ไร่)

พื้ทยประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล

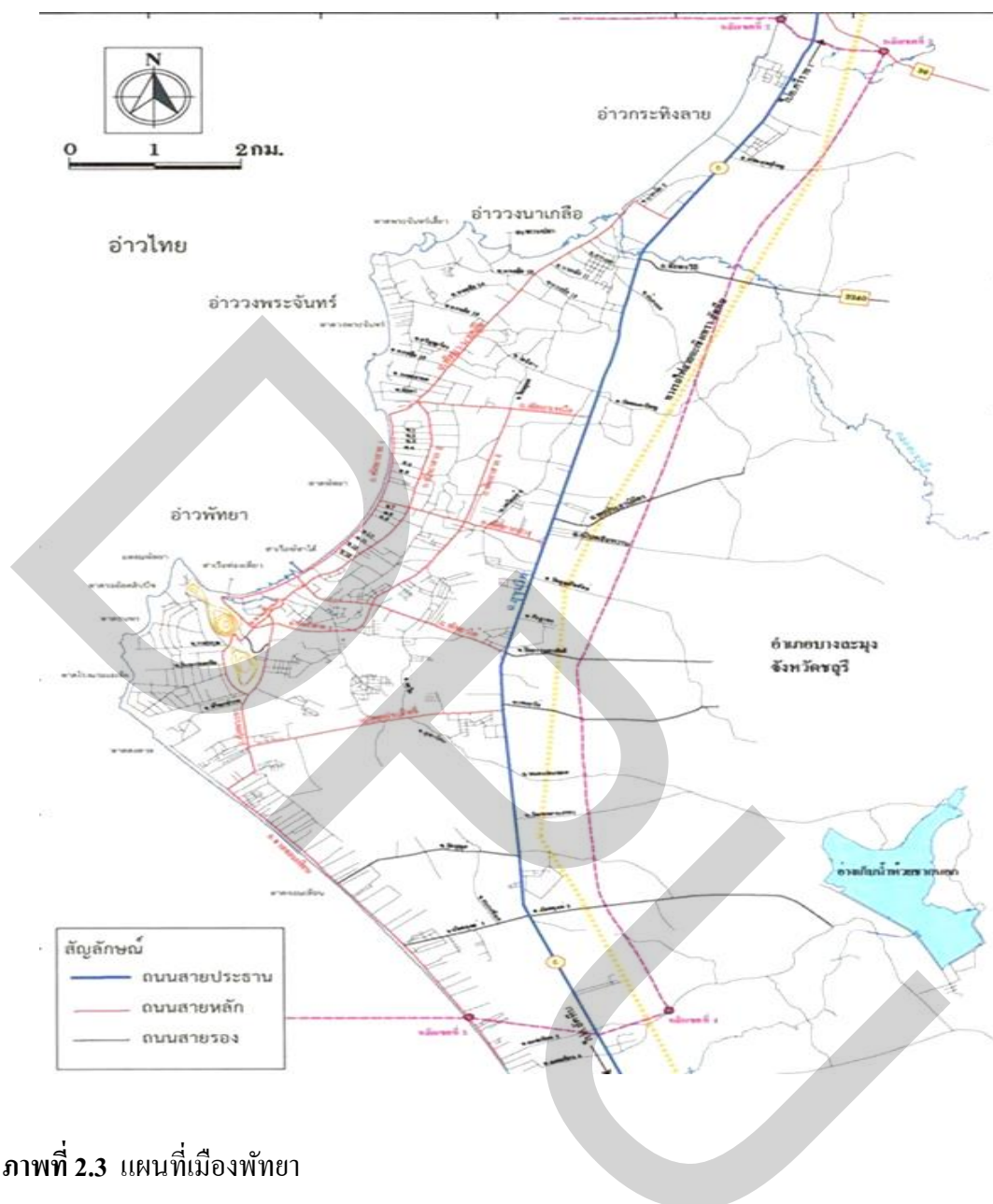
1. ตำบลนาเกลือ หมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)

2. ตำบลหนองปรือ หมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13

3. ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ 4

4. ตำบลหนองปลาไหล หมู่ 6, 7 และ 8

ในส่วนชายหาดของพัทยามีความยาวประมาณ 15 กิโลเมตร



ภาพที่ 2.3 แผนที่เมืองพัทยา

ที่มา: <http://www.pattaya.go.th/city-information/เกี่ยวกับพัทยา/แผนที่เมืองพัทยา-2/>

ทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวของพัทยา

พัทยาเป็นเมืองแห่งความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเสน่ห์ชวนหลงใหล ดึงดูดการมาเยือนของนักท่องเที่ยวด้วยธรรมชาติ หาดทราย หมู่เกาะ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศูนย์กลางแห่งศิลปะ ประเพณีพื้นบ้านและวัฒนธรรมร่วมสมัย เมืองภาพยนตร์ เมืองแห่งดนตรีและกีฬา ทั้งที่ถูกสร้างสรรค์ความงดงามจากธรรมชาติและสร้างขึ้นจากฝีมือมนุษย์

เกาะล้าน

เกาะล้าน เป็นเกาะในอ่าวไทย อยู่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ในแนบขนานกับหาดพัทยา ห่างจากชายฝั่งเมืองพัทยาเพียงเจ็ดกิโลเมตร เป็นชายหาดที่นักท่องเที่ยวชอบมาเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น เรือลาก เรือสกี ดำน้ำ ดูปะการัง เหมาะแก่การพักผ่อน เกาะล้านมีลักษณะเป็นรูปห้าเหลี่ยมด้านไม่เท่า มีพื้นที่ประมาณ 3,500 ไร่ สามารถที่จะวัดความยาวของเกาะล้าน จากทิศเหนือจนถึงทิศใต้ ได้ความยาวประมาณ 4.65 กม. ในส่วนของความกว้างของเกาะล้านส่วนที่มีความกว้างมากที่สุดสามารถวัดได้ประมาณ 2.15 กม. เกาะล้านมีชายหาดที่สวยงามมากมาย เช่น หาดตาแหวน หาดสังวาลย์ หาดทองหลาง หาดตาข่าย หาดแสม หาดเทียน หาดนวล จุดชมวิวนานม และจุดชมวิวกังหันลม เป็นต้น

จุดชมวิเวาพระตำหนัก

เป็นจุดชมวิวยอดนิยมที่สุด ตั้งอยู่บนภูเขาที่คั่นระหว่างหาดพัทยาใต้กับหาดจอมเทียน โดยบนยอดเขายังเป็นที่ตั้งของวัดเขาพระบาท อนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ นักท่องเที่ยวนิยมมาชมพระอาทิตย์ตก

สวนนงนุช

สวนนงนุช เป็นสถานพักผ่อนหย่อนใจที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก ภายในสวนมีบ้านทรงไทย สวนไม้ดอก ไม้ประดับ นานาชนิด สวนกล้วยไม้ สวนกระบองเพชร และสวนพฤกษชาติอื่น ๆ รวมถึงได้สร้างสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจที่จะเข้ามาเที่ยวชมสวน มีบริการเรือ- ชนิดต่าง ๆ ให้เช่าพาย เล่นในสระ มีสัตว์หลายชนิดเลี้ยงไว้ให้ชม มีศูนย์แสดง ศิลปวัฒนธรรมไทยสำหรับ นักท่องเที่ยว จัดแสดงการฟ้อนรำพื้นเมือง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว กีฬาพื้นเมือง และการแสดงของช้าง ในปัจจุบันสวนนงนุชพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับแนวหน้า โดยมีผู้เข้าเยี่ยมชมประมาณ วันละ 2,000 คน และสวนนงนุชเองก็มีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบของสวนอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมรู้สึกประทับใจในความงดงามของสวนแห่งนี้

เมืองจำลอง (Mini Saim)

เมืองจำลองเป็นที่รวบรวมศิลปไทย เช่น แบบจำลองโบราณสถาน แบบจำลองโบราณวัตถุของสมัยต่าง ๆ รูปแบบใกล้เคียงของจริงมากที่สุด ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่

เฉพาะเจาะจงคือเพื่อช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อให้เป็นแหล่งค้นคว้าและทัศนศึกษาวัฒนธรรมไทย เพื่อให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ และเพื่อให้เป็นศูนย์กลางสำหรับคนไทยรุ่นใหม่ได้ใช้เป็นที่พักถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ต่าง ๆ เหล่านั้น

ตลาดน้ำ ๔ ภาค

เป็นโครงการที่ถูกพัฒนาขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บรรยากาศแบบไทยๆ ที่ผสมผสานเอากิจกรรมต่างๆ มากมายมารวมไว้ เพื่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะได้เข้ามาสัมผัสกับบรรยากาศความเป็นไทยภายใต้เรือนไทยทั้ง 4 ภาค ที่ตั้งอยู่บนสายน้ำและมีกิจกรรมต่างๆ ให้เลือกทำมากมาย เช่น การเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ทั้งสินค้าพื้นเมืองพื้นบ้าน สินค้าแฟชั่น และสินค้า Handmade หรือจะเป็นการเลือกชิมอาหารหลากหลายชนิดที่มีขายอยู่บนเรือนไทยและในเรือพาย

เขาชีจรรย์

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพระพุทธรูปปางมารวิชัย แกะสลักด้วยแสงเลเซอร์บนหน้าผาของเขาชีจรรย์ ศิลปะสมัยสุโขทัยผสมศิลปะสมัยล้านนาขนาดความสูง 130 เมตร หน้าตักกว้าง 70 เมตร มีชื่อว่า “พระพุทธรูปมหาวิโรฒตโมภาสศาสดา” สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2539 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภายในพระอุระบรรจุพระรัตนธรรมสารีริกธาตุ บริเวณโดยรอบตกแต่งเป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจสวยงาม

ทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา (Tiffany's Show Pattaya)

ในประเทศไทยจากหลักฐานต่างๆ เท่าที่สามารถสืบค้นได้นั้นทำให้เชื่อว่า ทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา (Tiffany's Show Pattaya) คือ คาบาเร่ต์โชว์คณะแรกของประเทศไทย การแสดงของทิฟฟานี่ โชว์ พัทยาในอดีตจะเน้นไปที่การเลียนแบบคารานก๊องชื่อดังในโลกตะวันตกเป็นหลัก ต่อมาจึงได้เริ่มผนวกเอาศิลปวัฒนธรรมการแสดงแบบตะวันออกอันทรงเสน่ห์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโชว์ พร้อมกันนั้นก็ยังได้พัฒนาชุดการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นใหม่ และด้วยการแสดงอันหลากหลายเครื่องแต่งกายที่สวยงามหรูหรา รวมถึงระบบแสงสีเสียงอันโดดเด่นนี้เองจึงทำให้ทิฟฟานี่โชว์พัทยาได้รับการจัดอันดับจากนิตยสาร TravelCom ให้เป็นการแสดงที่ดีที่สุดในโลก ลำดับ 4 ประจำปี ค.ศ. 2001 (พ.ศ. 2544)

อัลคาซาร์ คาบาเรต์ พัทยา

อัลคาซาร์ คาบาเรต์ ได้รับการกล่าวขวัญไปทั่วโลกว่าเป็นสุดยอดแห่งคาบาเรต์สาวประเภทสองและยังเป็นผู้นำความทันสมัยของระบบเทคนิคต่างๆ มาใช้พัฒนาการแสดงอย่างต่อเนื่อง เป็นที่รู้จักทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างดี มีการแสดงอันหลากหลาย ครบครันทุกสีสันอารมณ์ ด้วยศิลปะการแสดงจากนานาประเทศและการแสดงที่ล้ำสมัยเหนือจินตนาการ

มิโมซ่า (Mimosa Pattaya)

ด้วยแนวความคิดที่จะให้สถานที่แห่งนี้เป็นเมืองแห่งความรักหรือ City of Love คล้ายคลึงกับสถาปัตยกรรมเมืองโบราณของฝรั่งเศส สร้างความโดดเด่นด้วยสีสันของตัวอาคารทำให้สถานที่แห่งนี้ดูมีชีวิตชีวา

Art in paradise

Art in paradise เป็น พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ แห่งเดียวในไทยที่เมืองพัทยา ผู้เข้าชมสามารถสัมผัสงานศิลปะได้อย่างใกล้ชิด ถ่ายภาพกับภาพเขียนได้อิสระแปลกแหวกแนวกับศิลปะภาพวาดแบบ 3D เมื่อถ่ายรูปออกมาเหมือนกับภาพเสมือนจริงทะลุออกมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของพัทยาและประเทศไทย โดยเปิดให้ผู้มีใจรักศิลปะ ประชาชนทั่วไปและเด็กนักเรียนได้เข้ามาชมความงามและร่วมถ่ายภาพศิลปะสามมิติที่เสมือนจริงและแปลกใหม่ ทำให้ผู้ชมกลายเป็นส่วนหนึ่งของงานศิลปะหรือหลอมรวมเข้ากับภาพเขียนจนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผลงานศิลปะเหล่านี้

พิพิธภัณฑ์ ระเบิด

แหล่งสันทนาการที่มีชื่อเสียงของเมืองพัทยา สถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวกับรูปแบบที่หลากหลายเต็มไปด้วยสาระ ความรู้ และความบันเทิงมากมาย อันประกอบไปด้วย 1. พิพิธภัณฑ์ ระเบิด “เชื่อหรือไม่!” พิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของโลกต้นกำเนิดจากสหรัฐอเมริกา หนึ่งเดียวที่รวบรวมความมหัศจรรย์จากทั่วทุกมุมโลกที่มีทั้งความลึกลับพิสดาร 2. ระเบิด 4D มูฟวี่ เรียร์เตอร์ โรงภาพยนตร์แห่งอนาคต ในระบบ 4 มิติ 3. ระเบิด อินฟินิตี้ เมฆมหัศจรรย์เขาวงกต ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน ผ่อนคลายในความสวยงามของมิติพิสดารและภาพลวงตา 4. ระเบิด ฮอนเทด แอดเวนเจอร์

บ้านสุขาวิ

ด้วยเจตนารมณ์ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้มาสัมผัสเป็นเจ้าของร่วมกัน และได้ค้นพบถึงสัจธรรมในการดำเนินชีวิต พร้อมทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากมายที่ควรสักการะ สถานที่แห่งนี้ถูกกำหนดขึ้นอย่างสวยงามมีภูมิทัศน์และอาคารที่โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมอันงดงาม

ไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค

ความงดงามของไร่่องุ่นสุดสายตา อ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ สะท้อนแสงอาทิตย์เป็นสีเงินแวววาว อันเป็นที่มาของชื่อ “ซิลเวอร์เลค” ทำให้ไร่่องุ่น แห่งนี้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติบนพื้นที่กว่า 1,200 ไร่ โดยพื้นที่ส่วนหนึ่งได้ถูกแปรเปลี่ยนเป็นพื้นที่ปลูกองุ่น ซึ่งมีทั้งองุ่นทานสดและองุ่นสำหรับทำไวน์

พัทยา Walking Street

วอร์ลด์กิงสตรีทพัทยา เป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันดี อีกทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากมาท่องเที่ยวที่ถนนคนเดินแห่งนี้ ตั้งอยู่ที่พัทยาใต้ จากฝั่งชายหาดพัทยาไปจนถึงแหลมบาลิฮาย ถนนเส้นนี้เต็มไปด้วยสถานบันเทิง และร้านค้ามากมาย

2.7 ข้อมูลทั่วไปของปะเทศจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีพื้นที่ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร นับว่าใหญ่ที่สุดของทวีปเอเชีย มีพรมแดนติดต่อกับประเทศต่าง ๆ โดยรอบ 15 ประเทศ ได้แก่ เกาหลีเหนือ รัสเซีย มองโกเลีย คาซัคสถาน เคอร์กิสถาน ทาจิกิสถาน อัฟกานิสถาน ปากีสถาน อินเดีย เนปาล รัฐสิกขิม ภูฏาน เมียนมาร์ ลาว และเวียดนาม โดยมีเส้นพรมแดนทางบกยาวกว่า 2 หมื่นกิโลเมตร ขณะที่ทิศตะวันออกและทิศใต้จดทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้



ภาพที่ 2.4 แผนที่สาธารณรัฐประชาชนจีน

ที่มา: ภาพจาก http://www.tourtooktee.com/info_topic.asp?nID=636

ประชากร

สาธารณรัฐประชาชนจีน มีประชากรประมาณ 1,360,720,000 คน ไม่รวมเขตบริหารพิเศษฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน (ข้อมูลเมื่อสิ้นปี 2556)

เมืองหลวง

ปักกิ่งหรือเป่ย์จิงตามภาษาราชการจีน ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ เป็นศูนย์กลางการปกครองของประเทศ ศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจการค้า วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม เป็นที่ตั้งของสถานเอกอัครราชทูตต่างๆ หน่วยงานของสหประชาชาติ และองค์การระหว่างประเทศ สำนักข่าวจากต่างประเทศ รวมทั้งบริษัทต่างชาติจำนวนมาก

รูปแบบการปกครอง

สถาปนา ประเทศเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2492 มีพรรคคอมมิวนิสต์จีนดำเนินการปกครองประเทศตามแนวทางพื้นฐานของลัทธิมาร์กซ์-เลนิน และความคิดเหมา เจ๋อตง โดยประยุกต์เข้ากับแนวทฤษฎีการสร้างสรรคความทันสมัยให้แก่ระบอบสังคมนิยมของนายเติ้ง เสี่ยวผิง พรรคคอมมิวนิสต์จีนเป็นแกนนำในการปกครอง โดยมีพรรคการเมืองอื่นอีก 8 พรรค เป็นแนวร่วม ภายใต้การปกครองในลักษณะสังคมนิยมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะแบบจีน

เขตการปกครอง

การปกครองส่วนกลางแบ่งออกเป็น 23 มณฑล (รวมถึงไต้หวัน) 5 เขตปกครองตนเอง (มองโกเลีย หนิงเซี่ย ชินเจียง กวางสี และทิเบต) 4 มหานครที่ขึ้นต่อส่วนกลาง (ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เทียนจิน และฉงชิ่ง) และ 2 เขตบริหารพิเศษ (ฮ่องกง และมาเก๊า) สำหรับการปกครองในส่วนภูมิภาคยังแบ่งย่อยออกเป็น 159 จังหวัด (Prefecture) , 2,017 อำเภอ (County), 350 เมือง (City) และ เขตในเมืองต่างๆ ประมาณ 630 เขต



ภาพที่ 2.5 แผนที่เขตการปกครองของจีน

ที่มา: http://www.photoontour.com/Images/outbound/guilin/data/china_map.jpg

ธงชาติ

ธงชาติจีนเป็นรูปดาวสีเหลือง 5 ดวงบนพื้นสีแดง ดาวดวงใหญ่หมายถึงพรรคคอมมิวนิสต์จีนซึ่งเป็นผู้นำ ดาวเล็กทั้ง 4 ดวง หมายถึง ชนชั้น ที่ประกอบขึ้นเป็นสังคมจีน คือ ชนชั้นกรรมกร ชนชั้นชาวนา ชนชั้นนายทุนน้อย และชนชั้นนายทุนแห่งชาติ ซึ่งมีความหมายถึงเอกภาพของประชาชนจีนทุกชนชั้นภายใต้การนำของพรรค คอมมิวนิสต์จีน



ภาพที่ 2.6 ภาพธงชาติจีน

ที่มา: ภาพจาก: <http://th.wikipedia.org/wiki/ธงชาติจีน>

ชนชาติ

มีชนชาติต่าง ๆ อยู่รวมกัน 56 ชนชาติ โดยเป็นชาวฮั่น ร้อยละ 93.3 ที่เหลือเป็นชนกลุ่มน้อยอื่นๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ชนเผ่าจ้วง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตปกครองตนเองกว่างซีและมณฑลยูนนาน ชนเผ่าหุยในมณฑลหนิงเซี่ยและกานซู ชนเผ่าอุยกูร์ในมณฑลซินเจียง ชนเผ่าหยาในมณฑลเสฉวน ชนเผ่าทิเบตในเขตปกครองตนเองทิเบตและมณฑลชิงไห่ ชนเผ่าแม้วในมณฑลยูนนานและกัวโจว ชนเผ่าแมนจู ในมณฑลทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชนเผ่ามองโกลในเขตปกครองตนเองมองโกเลียในและซินเจียง ชนเผ่าไตหรือไทในมณฑลยูนนาน และชนเผ่าเกาซันในไต้หวัน

ภาษาราชการ

ภาษาจีนกลาง “ผู่ทงฮว้า” (普通话) เป็นภาษาราชการ ชาวจีนในมณฑลต่างๆ มีภาษาพูดท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น เสฉวน หูหนาน แต่จ้าว ไหหลำ กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน ฮกกา และเซี่ยงไฮ้ เป็นต้น และการออกเสียงภาษาจีนกลางก็มีสำเนียงเพี้ยนไปตามท้องถิ่น

ศาสนา

ลัทธิขงจื๊อ เต๋า พุทธ อิสลาม และคริสต์ โดยเฉพาะความคิดลัทธิขงจื๊อและเต๋ามีอิทธิพลหยั่งรากลึกซึ้งในภาษาและ วัฒนธรรมของจีนมานับพันๆ ปี

เงินตรา

สกุลเงินเรียกว่า “เหรินหมินปี้” (人民币) มีหน่วยเรียกเป็น “หยวน” (元) มีอัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5.2212 บาท, 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 6.2452 หยวน, 1 ยูโร เท่ากับ 8.6655 หยวน (ปรับปรุงเมื่อวันที่ 7 ก.ค. 2557) (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน: ออนไลน์ สืบค้นวันที่ 16 ตุลาคม 2557)



ภาพที่ 2.7 สกุลเงินของจีน

ภาพจาก: http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/326/2326/images/yuanzone/yuan004.JPG

รูปแบบการปกครอง

สังคมนิยมแบบจีน

ประธานาธิบดี นายสี จิ้นผิง (Xi Jinping) (มีนาคม 2556)

นายกรัฐมนตรี นายหลี่ เค่อเฉียง (Li Keqiang) (มีนาคม 2556)

รัฐมนตรีต่างประเทศ นายหวัง อี้ (Wang Yi) (มีนาคม 2556)

สถาปนาความสัมพันธ์ไทย-จีน

ไทย-จีนสถาปนาความสัมพันธ์เมื่อ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2518 (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง: ออนไลน์ สืบค้นวันที่ 16 ตุลาคม 2557)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีน

ช่วงหลายปีมานี้ การเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับชาวจีนกำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากเศรษฐกิจจีนที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ชาวจีนมีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายใช้สอยสูงขึ้น อีกทั้ง ชาวจีนในยุคปัจจุบัน “กล้า” ที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ มีความอยากรู้ อยากดู อยากลอง และเปิดรับความเป็นสากลมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เองที่ทำให้ชาวจีนกลายเป็นเป้าหมายสำคัญในการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทย

ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวจีนกลายเป็นกลุ่มลูกค้ากระเป๋าหนักรายใหญ่ของหลายประเทศทั่วโลก เพราะไม่ว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด ก็สามารถทำให้การท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ มีเม็ดเงินสะพัดเป็นจำนวนมาก รวมทั้ง ประเทศไทย ที่รายได้ส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาจากลูกค้าชาวจีนเป็นหลัก

สถิติของกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่า ชาวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในปี 2557 มีจำนวนมากกว่า 100 ล้านคน ซึ่งเป็นผลมาจากรายได้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนเปลี่ยนไป เมื่อมีรายได้สูงขึ้น การใช้จ่ายใช้สอยย่อมมากขึ้นตามไปด้วย จากที่เคยท่องเที่ยวแค่ในมณฑลหรือในประเทศ ก็อยากเปลี่ยนบรรยากาศเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศแทน นอกจากนี้ การผ่อนปรนกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการยื่นขอวีซ่าของกงสุลชาติจีนของหลายประเทศเพื่อเป็นการกระตุ้นธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศตนเองก็ช่วยส่งเสริมให้การเดินทางไปต่างประเทศของคนจีนง่ายขึ้น

ตัวแทนจากบริษัทท่องเที่ยวชั้นนำของจีน ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า นับตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2557 จำนวนชาวจีน ที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ทุกปี ซึ่งนับเป็นประเทศที่มีประชาชนเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดในโลก นอกจากนี้ สถาบันการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนานาชาติ (PhoCusWright) ได้เผยแพร่ผลสำรวจว่า ในปี 2557 ชาวจีนได้ทำ

ธุรกรรมออนไลน์สำหรับการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (อาทิ การสำรองที่พักและตั๋วเครื่องบิน ซื้อแพคเกจทัวร์ ฯลฯ) มากถึง 129,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประธานกรรมการบริหาร (CEO) เขตเอเชียของ Hotel Club เว็บไซต์สำรองที่พักออนไลน์ชั้นนำระดับโลกได้เผยถึงผลวิจัยการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวจีนว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมที่ชอบซื้อปิ้ง ขอบแชร์ข้อมูล ชอบเกาะกระแสนิยม และให้ความสำคัญกับการทานอาหารเข้าอย่างมาก

ชาวจีน รักการซื้อปิ้งเป็นชีวิตจิตใจ กล่าวได้ว่าไม่มีนักท่องเที่ยวชาติใดในโลกนี้ที่ชอบการซื้อปิ้งในต่างแดนมากเท่าชาวจีน จากการสำรวจ พบว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของชาวจีนหมดไปกับการซื้อปิ้งมากถึงร้อยละ 50

ในบรรดาเมืองใหญ่ ๆ ของจีนนั้น นครเฉิงตูก็เป็นเมืองหนึ่งที่มีห้างฯ ใหญ่เพิ่มจำนวนขึ้นมากมายจนนับไม่ถ้วน ประกอบกับลักษณะนิสัยของชาวเฉิงตูที่รักสนุก ชอบเที่ยว ชอบใช้จ่ายเงินด้วยแล้ว ยิ่งทำให้ห้างฯ เหล่านี้มีผู้คนเดินจับจ่ายซื้อสินค้ากันแน่นขนัด

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าในประเทศจีนจะมีสินค้าทุกประเภท ทุกระดับ ให้เลือกซื้อ เลือกหาได้มากมายอยู่แล้ว แต่หากมีโอกาสดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้สัมผัสกับสินค้าพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์มีคุณภาพดี สินค้าระดับไฮเอนด์ที่ราคาย่อมเยากว่าในประเทศจีน ชาวจีนจึงไม่ยอมพลาดโอกาสในการซื้อสินค้าเหล่านี้ติดมือกลับบ้าน

การท่องเที่ยวของชาวจีน นอกจากจะใช้เวลาและเงินส่วนใหญ่ไปกับการซื้อปิ้งแล้ว ชาวจีนยังชอบแชร์ข้อมูลต่างๆ ลงอินเทอร์เน็ต โดยเป็นไปตามยุคสมัยโซเชียลลิซึม (Socialism) ในปัจจุบัน ที่ไม่ว่าจะไปไหน ทำอะไร ก็ต้องอัพเดทเรื่องราวเหล่านี้ให้คนอื่นรับรู้ ซึ่งชาวจีนนิยมนำภาพระหว่างท่องเที่ยว ภาพอาหาร ภาพถ่ายหมู่ และภาพเซลฟี่ (Selfie) หรือการถ่ายภาพตนเอง แชร์ลงโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) ของจีน อาทิ Weibo, WeChat, QQ Kongjian เพื่อสร้างความสนใจให้กับเพื่อนในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ชาวจีนยังมีพฤติกรรม “รู้แล้วต้องบอกต่อ” โดยชอบแชร์ข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยวลงในเว็บไซต์ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก วิธีการเดินทาง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือร้านอาหารอร่อย ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นคู่มือการท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น

เมื่อมีคนแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองลงบนโลกออนไลน์ แน่นอนว่าต้องมีผู้สนใจท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาข้อมูลเหล่านี้ และหากสถานที่ใดหรือสิ่งของใดได้รับความนิยมเป็น

จำนวนมาก ชาวจีนก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ เกิดเป็นการตามกระแสนั้น เช่น “ใครไปไหน ฉันไปด้วย” หรือ “ใครซื้ออะไร ฉันซื้อด้วย” เพราะคิดว่าสิ่งที่คนอื่นนิยมต้องเป็นสิ่งที่ดีแน่นอน

สำหรับการรับประทานอาหาร ในการสำรวจพบว่า ชาวจีนให้ความสำคัญกับอาหารเข้าอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวประเทศอื่น เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจีนจะขาดอาหารเข้าไม่ได้เด็ดขาด และต้องเป็นอาหารจานร้อนเท่านั้น ชาวจีนจึงจะเลือกรับประทาน ซึ่งผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่พักคงต้องจัดเตรียมอาหารเข้าที่เหมาะสมไว้เอาใจนักท่องเที่ยวจีนเพื่อให้เกิดความประทับใจ

นอกจากนี้ ในการสำรวจยังพบว่า ปัจจุบัน ชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นกลุ่มผู้ที่อายุต่ำกว่า 35 ปี มากถึงร้อยละ 67 โดยถูกขนานนามว่า “กลุ่มคนรุ่นใหม่” ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ นิยมท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าไปกับบริษัททัวร์ ตัวอย่างเช่น ปีที่ผ่านมา มีชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลียราว 7 แสนคน โดยไปกับบริษัททัวร์เพียง 160,000 คน ที่เหลืออีก 5 แสนกว่าคนเป็นการเดินทางไปเที่ยวด้วยตนเอง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มคนรุ่นใหม่ของเว็บไซต์ท่องเที่ยวชั้นนำของจีน haiwan.com ด้วยคำถามที่ว่า “หากไปเที่ยวต่างประเทศ จะไปด้วยตนเองหรือไปกับบริษัททัวร์” กลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้ที่เกิดหลังปี 2530 เป็นต้นไป ได้ให้คำตอบว่า พวกเขาเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพราะการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่เป็นการไปพักผ่อนเท่านั้น หากแต่เป็นการผจญภัยอย่างหนึ่งสำหรับพวกเขา ฉะนั้นในอนาคตการท่องเที่ยวด้วยตนเองคงเป็นทางเลือกสำคัญของนักเดินทางชาวจีนอย่างแน่นอน

จากข้อมูลที่น่าเสนอมาข้างต้น ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ซึ่งก่อนการเดินทางก็จำเป็นต้องหาข้อมูลเพื่อเตรียมพร้อมก่อนออกเดินทาง ดังนั้น หากสถานที่ใดมีความสนุก สะดวกสบาย มีธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ สินค้าที่จำหน่ายมีราคาไม่แพงมากแต่คุณภาพดี มีอาหารสด สะอาด และอร่อย ที่พักบริการเป็นเลิศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวเกิดความประทับใจ นำไปเล่าสู่กันฟัง เกิดการแชร์ข้อมูลกันในวงกว้าง เมื่อนักท่องเที่ยวที่เตรียมตัวจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเห็นข้อมูลเหล่านี้ ก็คงไม่พลาดที่จะเลือกมาเที่ยว “ประเทศไทย” อย่างแน่นอน

สถิติในปี 2557 นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากถึง 4.6 ล้านคน การหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากของชาวจีน ได้สร้างงาน สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับธุรกิจท้องถิ่นและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวทุกแขนง ควรพัฒนาหรือหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ มามัดใจนักท่องเที่ยวจีน และที่สำคัญต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก มิฉะนั้นไทยอาจสูญเสียลูกค้ากลุ่มสำคัญไปได้ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน 2558: ออนไลน์)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาใน ปี 2556 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 1,200,000 คน (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2557)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาลักษณะการเดินทางเป็นหมู่คณะ (Group Tour) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของทาโรยามาเน (Taro Yamane.1967) ดังนี้

สูตรของทาโรยามาเน (Taro Yamane.1967) โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 หรือ 0.05 โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05

แทนค่าสูตรดังนี้

$$n = \frac{1,200,000}{1 + 1,200,000 (0.05)^2}$$

$$n = 399.87 \text{ คน}$$

ดังนั้นที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนตัวอย่างหรือนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อมีขนาดประชากร 1,200,000 คนจากการคำนวณจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 399.87 คน ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและมิติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะให้เลือกตอบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ขณะท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และถิ่นที่อยู่หรือภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ

แบบสอบถามตอนที่ 2-4 ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะข้อความประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในแต่ละ

ละเรื่องมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับของ Likert Scale คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความครบถ้วนความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องแก้ไขและครอบคลุมเนื้อหาเพื่อให้เกิดความตรงพร้อมทั้งแก้ไขสำนวนภาษาหรือเพิ่มคุณลักษณะที่เห็นควรจากนั้นผู้วิจัยนำกลับไปปรับปรุงอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วย

- 4.1 รศ.ดร. เลิศพร ภาระสกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
- 4.2 อ.จริยา วาณิชวิริยะ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีน
- 4.3 ผศ.เชียง เกาชิต ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.959

6. สร้างเครื่องมือฉบับจริงเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เครื่องมือที่ใช้ในเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะให้เลือกตอบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ขณะท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และถิ่นที่อยู่หรือภูมิภาคของนักท่องเที่ยว เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่

1. ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา
 - 1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย
 - 1.2 กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ
 - 1.3 สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย
 - 1.4 ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง
 - 1.5 คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร
 - 1.6 ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม
 - 1.7 การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว
 - 1.8 อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ
2. ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.1 น้ำทะเลมีความใสสะอาด
 - 2.2 บริเวณชายหาดมีความสะอาด
 - 2.3 ชายหาดมีความเป็นระเบียบ
 - 2.4 ความเป็นธรรมชาติของชายหาด
 - 2.5 ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล

- 2.6 บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน
- 2.7 มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ
- 2.8 ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ
- 3. ด้านอาหาร
 - 3.1 มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน
 - 3.2 อาหารรสชาติอร่อย
 - 3.3 ราคาอาหารเหมาะสม
 - 3.4 พนักงานบริการรวดเร็ว
 - 3.5 พนักงานมารยาทดี
- 4. ด้านที่พักแรม
 - 4.1 โรงแรมมีความสวยงาม
 - 4.2 สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน
 - 4.3 พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 4.4 พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี
 - 4.5 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม
 - 4.6 ความสะอาดภายในห้องพัก
 - 4.7 ที่พักแรมราคาเหมาะสม
- 5. ด้านความปลอดภัย
 - 5.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
 - 5.2 สถานที่พักแรมมีความปลอดภัย
 - 5.3 การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย
 - 5.4 การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย
 - 5.5 พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย
 - 5.6 พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย
- 6. ด้านการให้บริการ
 - 6.1 การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์

6.2 มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง

6.3 มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน

6.4 มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร

6.5 มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งใช้คำถามเหมือนกับตอนที่ 2

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ ความพึงพอใจกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ และโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามที่เป็นภาษาจีนทั้งสิ้น 400 ฉบับ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะให้เลือกตอบที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ขณะท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และถิ่นที่อยู่หรือภูมิภาคของนักท่องเที่ยว เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้กำหนดการให้คะแนนการตอบแบบสอบถามดังนี้ (บุญชมศรีสะอาด, 2545)

เห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

3. นำคะแนนที่ได้ไปหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยตามระดับการปฏิบัติดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.20-5.00	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.40-4.19	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.60-3.39	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.80-2.59	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.79	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

4. นำคะแนนที่ได้จากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนำเกณฑ์ประเมินในข้อ 3 มาประเมินระดับความคิดเห็นเป็นรายด้านและโดยรวม

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกได้ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1.1 หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Item-total Correlation)

1.2 หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

2. สถิติพื้นฐานได้แก่

2.1 ร้อยละ (Percentage)

2.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

2.3 ค่าความถี่

2.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 t – test (Independent Samples)

3.2 F – test (One-way ANOVA)

3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

3.4 IPA(Importance-Performance Analysis) เพื่อใช้วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

3.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจกับโอกาสที่จะกลับมาเยือนซ้ำและความพึงพอใจโดยรวมด้วยการวิเคราะห์ (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรม LISREL และพื้นฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยศึกษามาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้เกณฑ์ดัชนีตามข้อสรุปจากการสังเคราะห์งานวิจัย ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ผลการสังเคราะห์เกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

ดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง	คำอธิบาย
Chi-square (χ^2)	ระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 $P > 0.05$	ต้องดูประกอบกับดัชนีอื่นๆ อาจเกิดความลำเอียงเนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
χ^2 / df	2:1 (Tabachnik and Fidell, 2007) 3:1 (Kline, 2005)	ปรับตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง ถ้ากลุ่มตัวอย่างมากควรใช้เกณฑ์ 2:1
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน	RMSEA ควรมีค่าน้อยกว่า 0.07 (Steiger, 2007)	น้อยกว่า 0.03 มีความสอดคล้องดีมาก
GFI (Goodness of fit Index) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน	GFI ควรมีค่ามากกว่า 0.95	มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่ายิ่งมากแสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องดี
AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว	AGFI ควรมีค่ามากกว่า 0.95	ค่าอาจจะมากกว่าช่วง 0 ถึง 1

ตารางที่ 3.1 ผลการสังเคราะห์เกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (ต่อ)

ดัชนีความสอดคล้อง	ระดับความสอดคล้อง	คำอธิบาย
RMR (Root Mean Square Residual) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ	โมเดลมีค่า RMR จะมีขนาดเล็ก (Tabachnik and Fidell, 2007)	เป็นค่าเฉลี่ยกำลังสองระหว่างผลต่างของส่วนที่เหลือของความแปรปรวนรวมของกลุ่มตัวอย่างกับความแปรปรวนรวมที่ประมาณ ไม่ใช่ค่ามาตรฐาน
NFI (Non-Normed Fit Index) หรือดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI)	NFI ควรมีค่ามากกว่า 0.95	ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็กมีแนวโน้มจะประมาณค่าเกินจริง
NNFI (Non-Normed Fit Index) หรือดัชนี Tucker-Lewis Index (TLI)	NNFI ควรมีค่ามากกว่า 0.95	ไม่ใช่ค่ามาตรฐาน อาจมีค่าเกินช่วง 0 ถึง 1 เหมาะสำหรับข้อมูลที่สมมติขึ้น (simulation studies) (Sharma et al, 2005 : McDonald and Marsh, 1990)
CFI (Comparative Fit Index) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ	CFI ควรมีค่ามากกว่า	เป็นค่ามาตรฐานมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1

ที่มา: ภัทราวดี มากมี (อ้างถึงใน เชิง เกาซิต, 2554)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่ 4 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา วิเคราะห์โดยใช้ IPA ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นอิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีต่อความภักดี ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวนวันพักทั้งหมดในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิลำเนา ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	133	33.3
หญิง	267	66.7
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	-	-
21 - 30 ปี	90	22.6
31 - 40 ปี	88	22.0
41 - 50 ปี	84	21.0
51 ปีขึ้นไป	138	34.5
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	218	54.5
ปริญญาตรี	143	35.8
สูงกว่าปริญญาตรี	39	9.8
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	34	8.5
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	96	24.0
พนักงานธุรกิจเอกชน	102	25.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	67	16.8
เกษตรกร	138	34.5
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	63	15.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	82	20.5
2,001 – 5,000 หยวน	176	44.0
5,001 – 10,000 หยวน	93	23.3
10,001 หยวน ขึ้นไป	49	12.3
รวม	400	100.0
6. ผู้ร่วมเดินทาง		
คนเดียว	35	8.8
คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	88	22.0
คู่สมรสและบุตร	77	19.3
ญาติ	86	21.5
คนรัก (แฟน)	15	3.8
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	99	24.8
รวม	400	100.0
7. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย		
มาครั้งแรก	372	93.0
มาครั้งที่ 2	15	3.8
มามากกว่า 2 ครั้ง	13	3.2
รวม	400	100.0
8. จำนวนวันพักทั้งหมดในประเทศไทย		
ไม่เกิน 5 วัน	58	14.5
6 วัน	331	82.8
7 วัน	11	2.7
8 วันขึ้นไป	-	-
รวม	400	100.0
9. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา		
มาครั้งแรก	370	92.5
มาครั้งที่ 2	13	3.3
มามากกว่า 2 ครั้ง	17	4.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
10. จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา		
2 วัน	230	57.5
3 วัน	132	33.0
มากกว่า 3 วัน	38	9.5
รวม	400	100.0
11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	7	1.8
501 – 1,000 หยวน	27	6.8
1,001 – 2,000 หยวน	115	28.8
2,001 – 3,000 หยวน	86	21.5
3,001 – 4,000 หยวน	72	18.0
4,001 – 5,000 หยวน	32	8.0
มากกว่า 5,000 หยวน	61	15.3
รวม	400	100.0
12. ภูมิภาค/ภูมิสำเนา		
มณฑลกว่างตุ้ง	281	70.3
มณฑลยูนนาน	16	4.0
มณฑลเจียงซี	13	3.3
มณฑลหูเป่ย์	13	3.3
มณฑลเหอเป่ย์	14	3.5
มณฑลหูหนาน	12	3.0
มณฑลเจ้อเจียง	10	2.5
เซี่ยงไฮ้	18	4.5
ปักกิ่ง	12	3.0
กวางซี	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ เพศชาย 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ 21 - 30 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 31 - 40 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 41-50 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ พนักงานธุรกิจเอกชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 พนักงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2,001 – 5,000 หยวน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือช่วง 5,001–10,000 หยวน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 10,001 หยวนขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่มาพร้อมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือ คู่สมรส(ไม่มีบุตร) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ญาติ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 คู่สมรสและบุตร จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 มาคนเดียว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และคนรัก(แฟน) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

จำนวนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาคือ มาครั้งที่ 2 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

จำนวนวันที่พักทั้งหมดในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่พัก 6 วัน จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาคือ พักไม่เกิน 5 วัน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และพัก 7 วัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

จำนวนครั้งการมาเที่ยวในเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาคือ มากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และมาครั้งที่ 2 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่พัก 2 วัน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ พัก 3 วัน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และพักมากกว่า 3 วัน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

สำหรับค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 1,001- 200 หยวน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ 2,001 – 3,000 หยวน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 3,001 – 4,000 หยวน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มากกว่า 5,000 หยวน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 4,001 – 5,000 หยวน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 501 – 1,000 หยวน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ภูมิภาค/ภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่มาจากมณฑลกว่างตุง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ เชิงไฮ่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 มณฑลยูนนาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เหอเป่ย์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มณฑลเจียงซี และมณฑลหูเป่ย์ จำนวน มณฑลละ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 หูหนานและปักกิ่ง จำนวนเมืองละ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และกวางซี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา

ปัจจัยด้านทั่วไปของเมืองพัทยา	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย	4.27	0.784	มากที่สุด
2. กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ	3.94	0.968	มาก
3. สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย	3.92	0.992	มาก
4. ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง	4.00	0.871	มาก
5. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	4.19	0.806	มาก
6. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม	4.10	0.812	มาก
7. การจราจรในเมืองพัทยาไม่มีความคล่องตัว	3.82	1.052	มาก
8. อาคารและสิ่งปลูกสร้างบริเวณตัวเมืองพัทยาไม่มีความเป็นระเบียบ	3.77	1.046	มาก
รวม	4.02	0.621	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของเมืองพัทยาอยู่ในระดับมากที่สุด คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว อาคารและสิ่งปลูกสร้างบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. น้ำทะเลมีความใสสะอาด	4.19	0.858	มาก
2. บริเวณชายหาดมีความสะอาด	4.14	0.850	มาก
3. ชายหาดมีความเป็นระเบียบ	3.97	0.877	มาก
4. ความเป็นธรรมชาติของชายหาด	4.11	0.815	มาก
5. ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล	4.06	0.871	มาก
6. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	3.97	0.944	มาก
7. มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ	3.87	0.948	มาก
8. ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ	3.94	0.817	มาก
รวม	4.03	0.664	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คือ น้ำทะเลมีความใสสะอาด บริเวณชายหาดมีความสะอาด ชายหาดมีความเป็นระเบียบ ความเป็นธรรมชาติของชายหาด ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร

ปัจจัยด้านอาหาร	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน	4.03	0.927	มาก
2. อาหารรสชาติอร่อย	3.88	1.042	มาก
3. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย	3.92	1.115	มาก
4. สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย	3.88	0.976	มาก
5. ราคาอาหารเหมาะสม	3.97	0.905	มาก
รวม	3.94	0.812	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านอาหาร อยู่ในระดับมาก คือมีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน อาหารรสชาติอร่อยอาหารมีความสะอาดและปลอดภัย สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย ราคาอาหารเหมาะสม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม

ปัจจัยด้านที่พักแรม	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. โรงแรมมีความสวยงาม	4.28	0.673	มากที่สุด
2. สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน	4.21	0.699	มากที่สุด
3. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ	4.14	0.728	มาก
4. พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	4.24	0.713	มากที่สุด
5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม	4.24	0.712	มากที่สุด
6. ความสะอาดภายในห้องพัก	4.29	0.658	มากที่สุด
7. ที่พักแรมราคาเหมาะสม	4.18	0.728	มาก
รวม	4.23	0.531	มากที่สุด

จากตาราง 4.5 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านที่พักแรม อยู่ในระดับมากที่สุด คือ โรงแรมมีความสวยงาม สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม ความสะอาดภายในห้องพัก ระดับมาก คือ พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ที่พักแรมราคาเหมาะสม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.50	0.719	มากที่สุด
2. สถานที่พักแรมมีความปลอดภัย	4.55	0.627	มากที่สุด
3. การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย	4.43	0.746	มากที่สุด
4. การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย	4.51	0.729	มากที่สุด
5. พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	4.41	0.780	มากที่สุด
6. พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย	4.65	0.578	มากที่สุด
รวม	4.43	0.522	มากที่สุด

จากตาราง 4.6 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านความปลอดภัยของเมืองพัทยายู่ในระดับมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย สถานที่พักแรมมีความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์	4.36	0.668	มากที่สุด
2. มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง	4.29	0.720	มากที่สุด
3. มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน	4.30	0.745	มากที่สุด
4. มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร	4.32	0.728	มากที่สุด
5. มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี	4.34	0.718	มากที่สุด
รวม	4.32	0.613	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์หลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา

ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย	3.79	0.808	มาก
2. กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ	3.60	0.829	มาก
3. สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย	3.57	0.901	มาก
4. ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง	3.54	0.988	มาก
5. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร	3.63	1.057	มาก
6. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม	3.43	1.074	มาก
7. การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว	2.90	1.289	ปานกลาง
8. อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ	2.92	1.259	ปานกลาง
รวม	3.42	0.790	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของเมืองพัทยาอยู่ในระดับมาก คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม ระดับปานกลาง คือการจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. น้ำทะเลมีความใสสะอาด	3.69	0.975	มาก
2. บริเวณชายหาดมีความสะอาด	3.49	1.014	มาก
3. ชายหาดมีความเป็นระเบียบ	3.40	1.016	ปานกลาง
4. ความเป็นธรรมชาติของชายหาด	3.51	1.028	มาก
5. ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล	3.37	1.105	ปานกลาง
6. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน	3.21	1.196	ปานกลาง
7. มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ	3.08	1.190	ปานกลาง
8. ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ	3.28	1.106	ปานกลาง
รวม	3.38	0.903	ปานกลาง

จากตาราง 4.9 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ น้ำทะเลมีความใสสะอาด บริเวณชายหาดมีความสะอาด ความเป็นธรรมชาติของชายหาด ระดับปานกลาง คือชายหาดมีความเป็นระเบียบ ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเลบรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร

ด้านอาหาร	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน	3.60	0.947	มาก
2. อาหารรสชาติอร่อย	3.18	1.047	ปานกลาง
3. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย	3.08	1.084	ปานกลาง
4. สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย	3.31	1.008	ปานกลาง
5. ราคาอาหารเหมาะสม	3.34	0.945	ปานกลาง
รวม	3.30	0.828	ปานกลาง

จากตาราง 4.10 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านอาหารอยู่ในระดับมาก คือ มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน ระดับปานกลาง คือ อาหารรสชาติอร่อย อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย ราคาอาหารเหมาะสม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม

ด้านที่พักแรม	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. โรงแรมมีความสวยงาม	3.90	0.826	มาก
2. สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน	3.84	0.900	มาก
3. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.76	0.910	มาก
4. พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.81	0.951	มาก
5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม	3.77	0.928	มาก
6. ความสะอาดภายในห้องพัก	3.77	0.941	มาก
7. ที่พักแรมราคาเหมาะสม	3.66	0.934	มาก
รวม	3.79	0.780	มาก

จากตาราง 4.11 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านที่พักแรมอยู่ในระดับมาก คือ โรงแรมมีความสวยงาม สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของ โรงแรม ความสะอาดภายในห้องพัก ที่พักราคาเหมาะสม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.79$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.98	0.780	มาก
2. สถานที่พักรแรมมีความปลอดภัย	4.06	0.721	มาก
3. การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย	3.90	0.830	มาก
4. การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย	4.08	0.814	มาก
5. พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย	3.91	0.870	มาก
6. พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย	4.19	0.837	มาก
รวม	4.02	0.644	มาก

จากตาราง 4.12 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย สถานที่พักรแรมมีความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.02$)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์	4.36	0.617	มากที่สุด
2. มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง	4.32	0.648	มากที่สุด
3. มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน	4.36	0.641	มากที่สุด
4. มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร	4.35	0.648	มากที่สุด
5. มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี	4.33	0.659	มากที่สุด
รวม	4.35	0.542	มากที่สุด

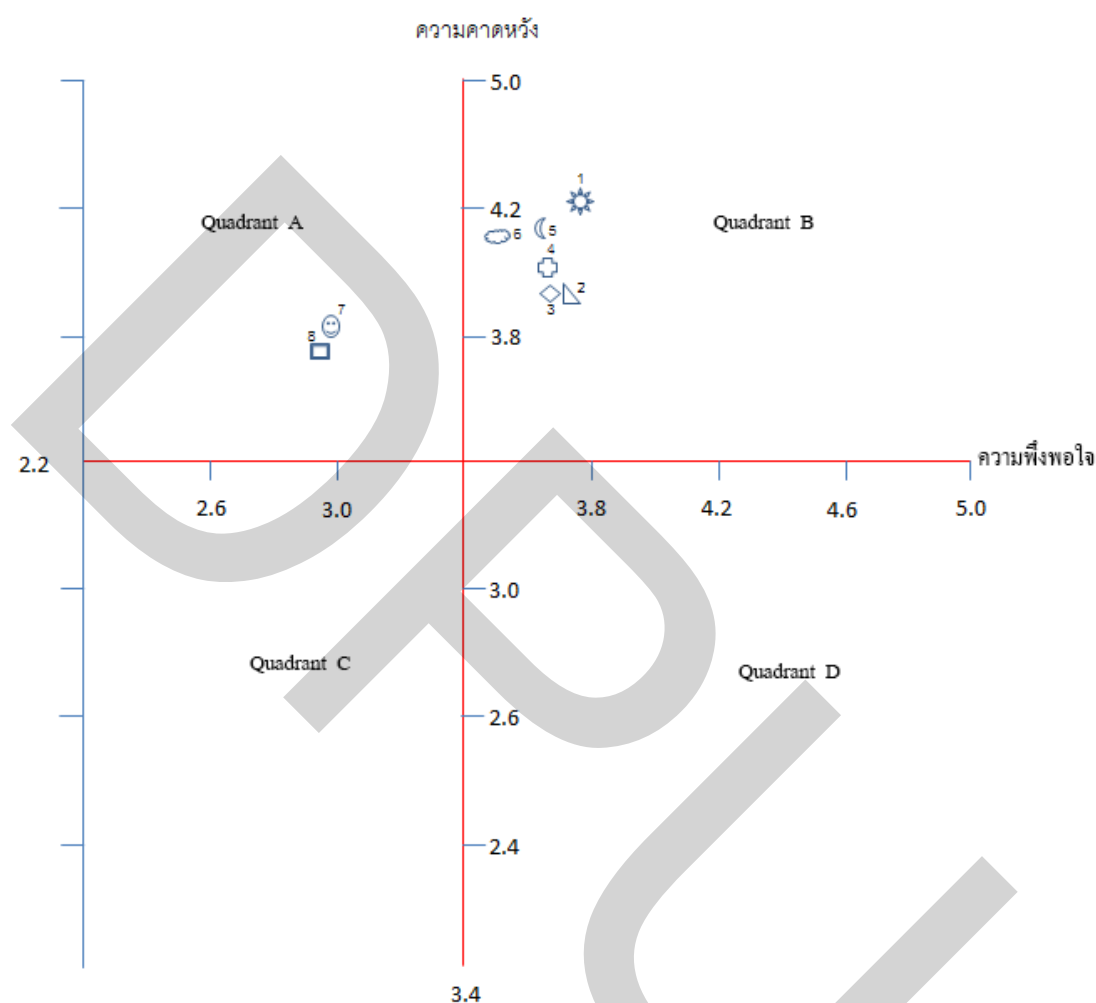
จากตาราง 4.13 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ด้านความพึงพอใจโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. พึงพอใจกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้	3.93	0.722	มาก
2. โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวพัทยาอีก	3.64	1.026	มาก
3. โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวพัทยา	3.76	1.024	มาก
รวม	3.70	0.966	มาก

จากตาราง 4.14 พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่ในระดับมาก คือ พึงพอใจกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้ โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวพัทยาอีก โอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวพัทยา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$)

ส่วนที่ 4 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดย IPA



ภาพที่ 4.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา

- | | |
|---|--|
| ☀️ 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย | ☾ 5. คนในท้องถิ่นมีความเป็น |
| 📐 2. กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ | ☁️ 6. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม |
| ◇ 3. สถานบันเทิงยามค่ำคืนมีความหลากหลาย | 😊 7. การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว |
| ⊕ 4. ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง | □ 8. อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ |

จากภาพที่ 4.1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของเมืองพัทยา เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant A พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant A มี 2 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 7 การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว

ประเด็นที่ 8 อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ

หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ในขณะที่พวกเขาก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวมากขึ้น

Quadrant B พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงอยู่ 6 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย

ประเด็นที่ 2 กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ

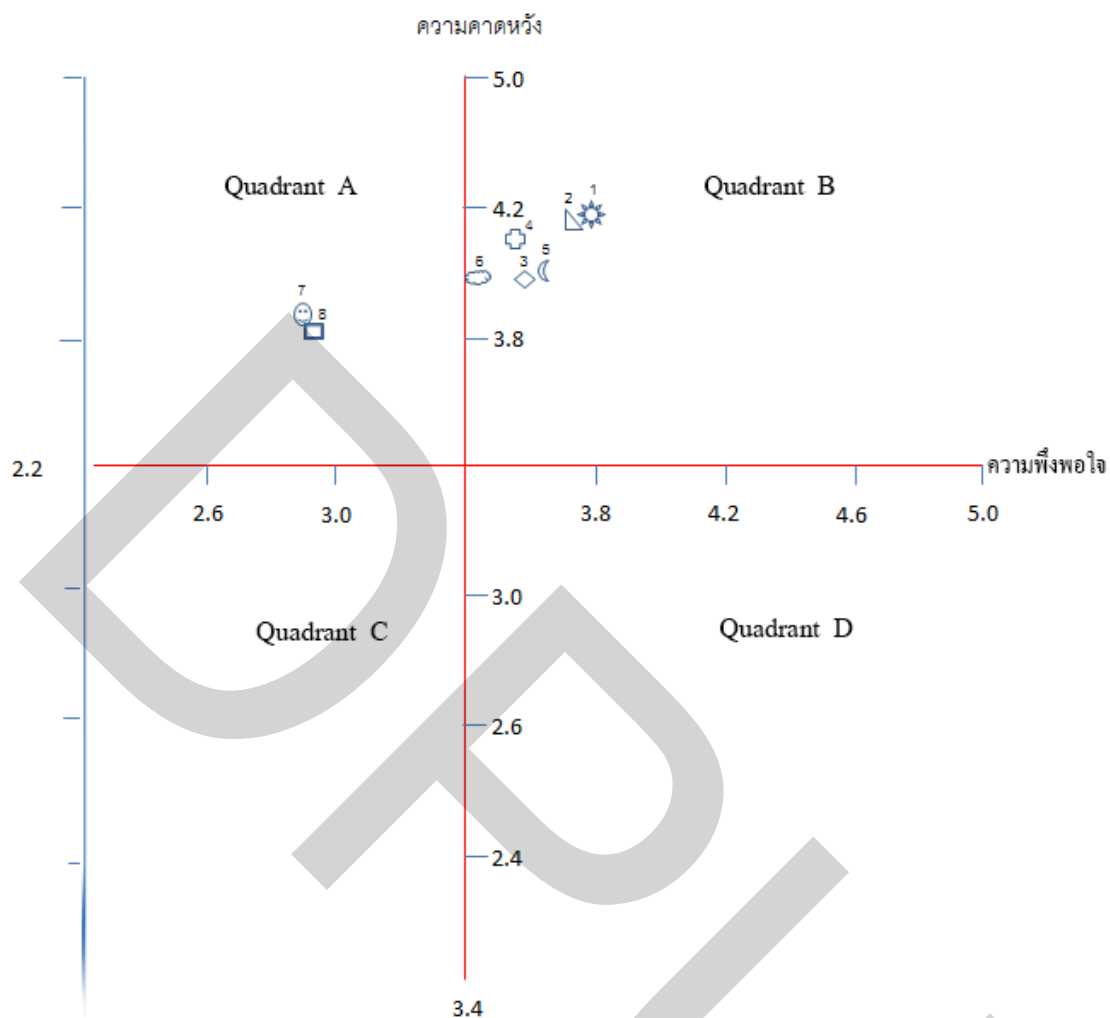
ประเด็นที่ 3 สถานบันเทิงยามค่ำคึกคักมีความหลากหลาย

ประเด็นที่ 4 ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง

ประเด็นที่ 5 คนในท้องถิ่นมีความเป็น

ประเด็นที่ 6 ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง



ภาพที่ 4.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

- | | |
|--------------------------------|--|
| ☀ 1. น้ำทะเลมีความใสสะอาด | ☾ 5. ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล |
| ▵ 2. บริเวณชายหาดมีความสะอาด | ☁ 6. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน |
| ◇ 3. ชายหาดมีความเป็นระเบียบ | 😊 7. มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ |
| ⊕ 4. ความเป็นธรรมชาติของชายหาด | 🏠 8. ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ |

จากภาพที่ 4.2 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant A พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant A มี 2 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 7 มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ

ประเด็นที่ 8 ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ

หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ในขณะที่พวกเขาก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวมากขึ้น

Quadrant B พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงอยู่ 6 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 1 น้ำทะเลมีความใสสะอาด

ประเด็นที่ 2 บริเวณชายหาดมีความสะอาด

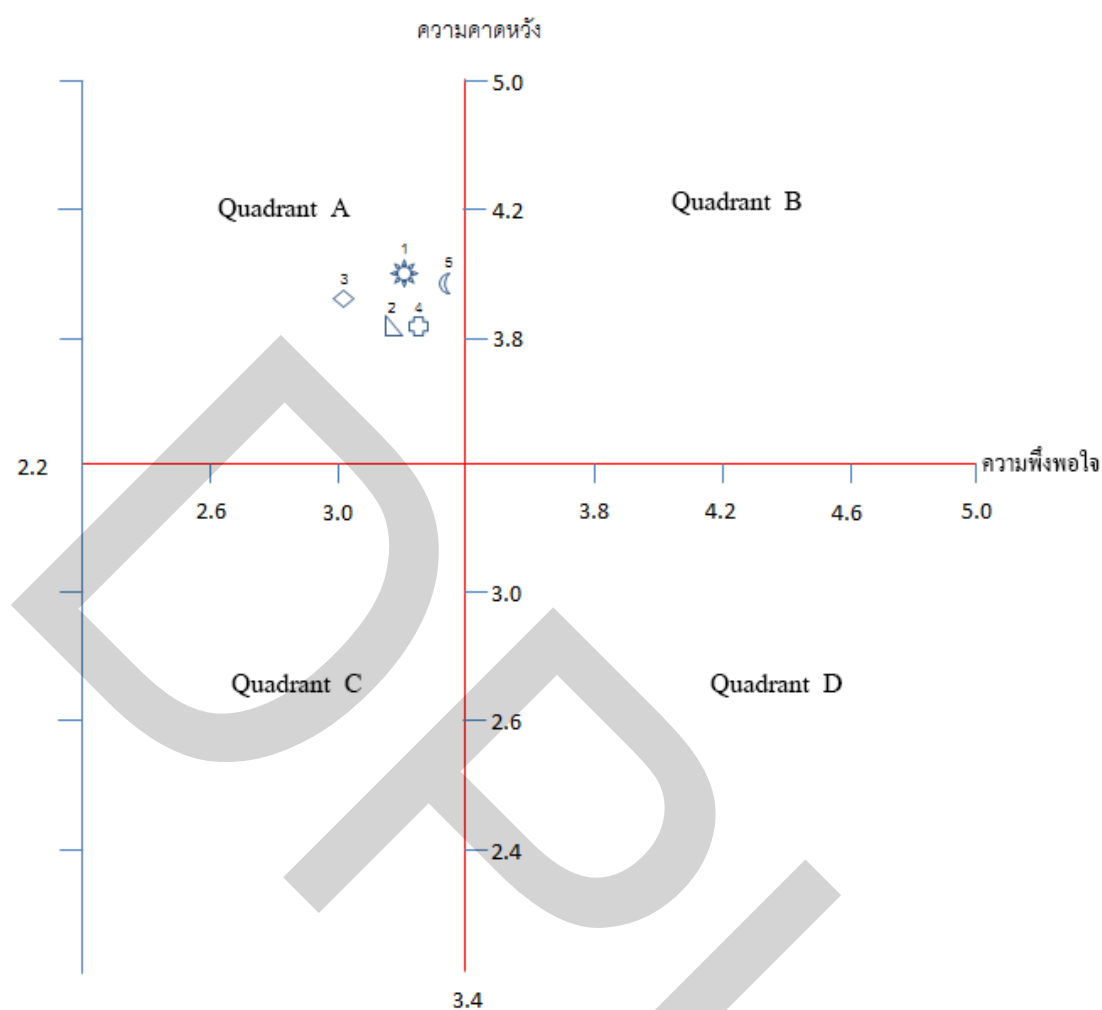
ประเด็นที่ 3 ชายหาดมีความเป็นระเบียบ

ประเด็นที่ 4 ความเป็นธรรมชาติของชายหาด

ประเด็นที่ 5 ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล

ประเด็นที่ 6 บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง



ภาพที่ 4.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร

- ☀ 1. มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน
- ▵ 2. อาหารรสชาติอร่อย
- ◇ 3. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย
- ⊕ 4. สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย
- ☾ 5. ราคาอาหารเหมาะสม

จากภาพที่ 4.3 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant A พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant A มี 5 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน

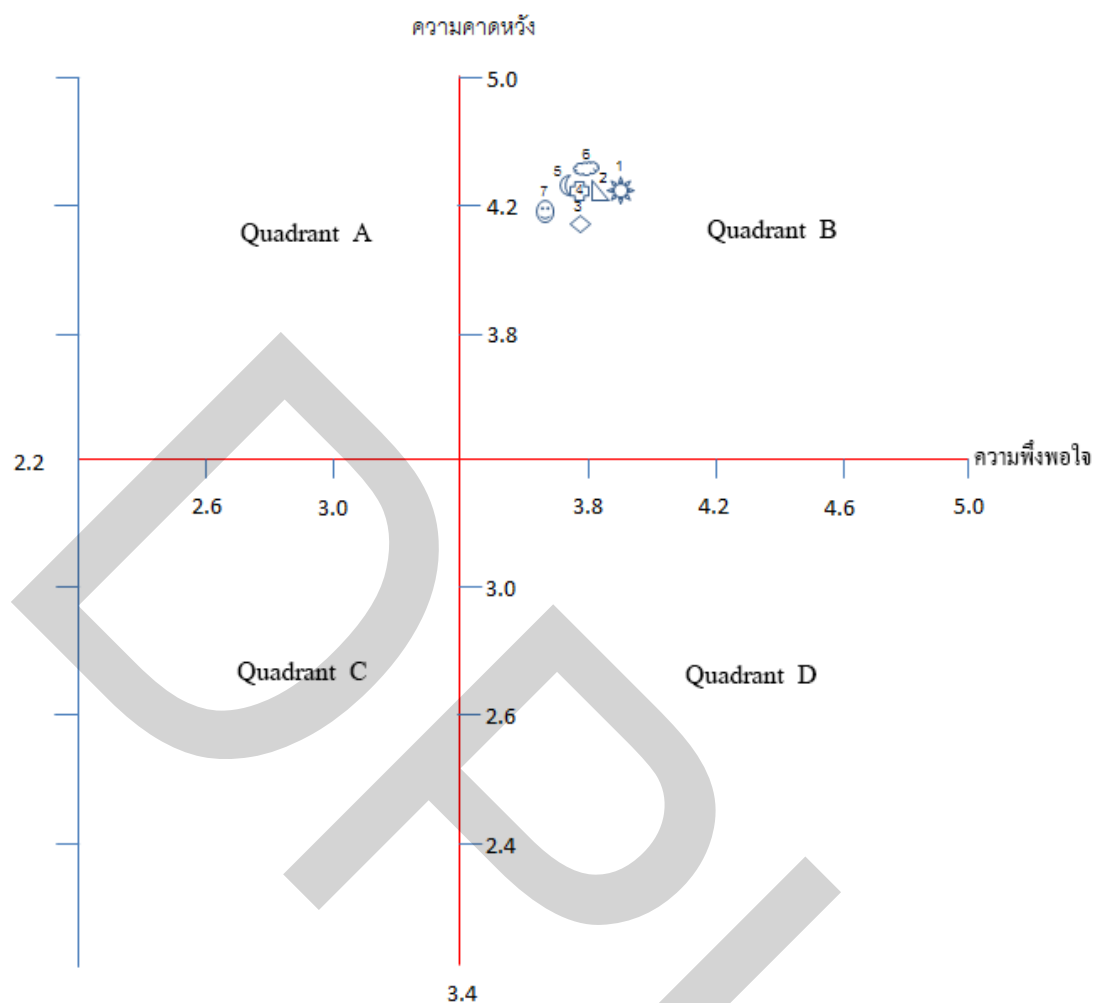
ประเด็นที่ 2 อาหารรสชาติอร่อย

ประเด็นที่ 3 อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย

ประเด็นที่ 4 สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย

ประเด็นที่ 5 ราคาอาหารเหมาะสม

หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวมากขึ้น



ภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม

- | | |
|--|---|
| ☀ 1. โรงแรมมีความสวยงาม | ☾ 5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม |
| ▵ 2. สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน | ☁ 6. ความสะอาดภายในห้องพัก |
| ◇ 3. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ | 😊 7. ที่พักแรมราคาเหมาะสม |
| ⊕ 4. พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี | |

จากภาพที่ 4.4 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant B พบว่ามีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงทั้ง 7 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 โรงแรมมีความสวยงาม

ประเด็นที่ 2 สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน

ประเด็นที่ 3 พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

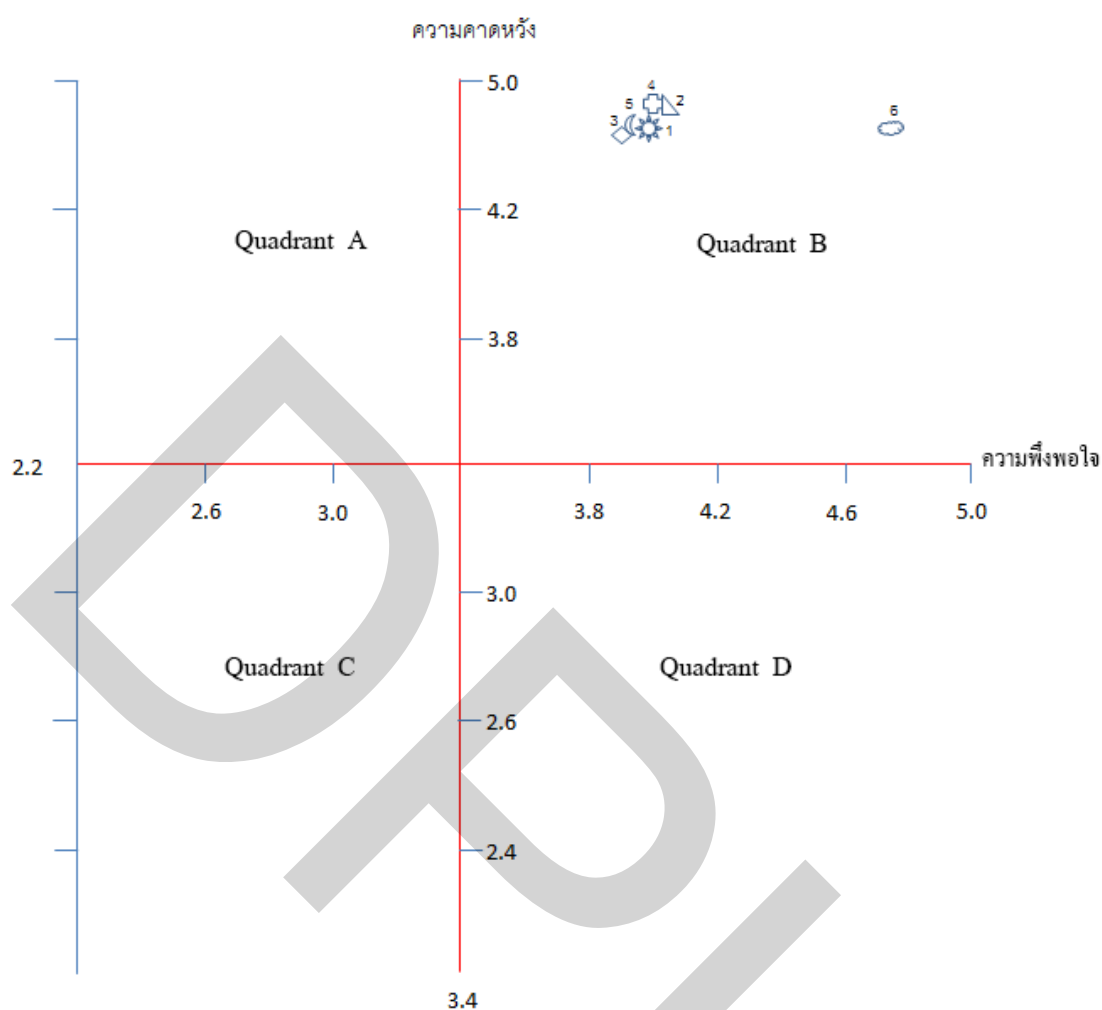
ประเด็นที่ 4 พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี

ประเด็นที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐานของโรงแรม

ประเด็นที่ 6 ความสะอาดภายในห้องพัก

ประเด็นที่ 7 ที่พักแรมราคาเหมาะสม

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง



ภาพที่ 4.5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย

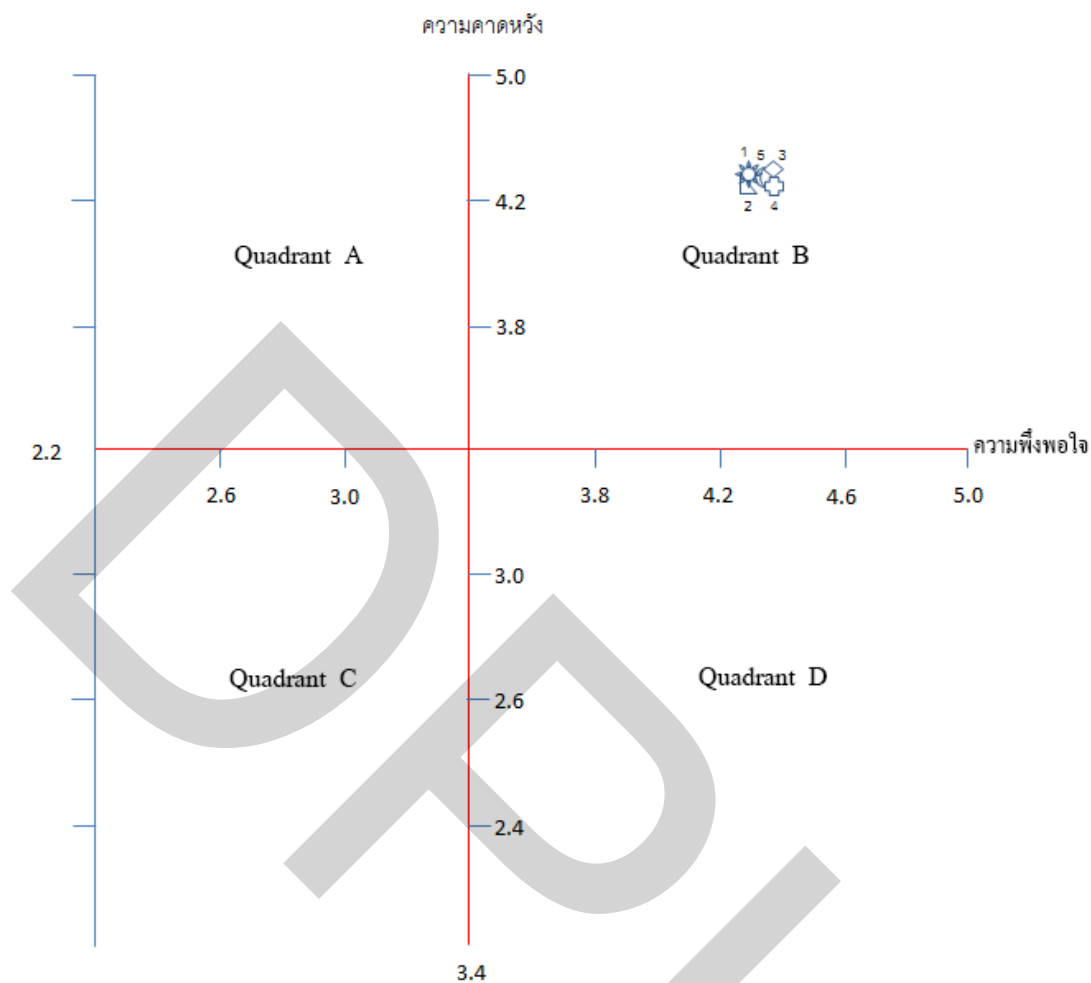
- | | |
|---|--|
| <p>☀ 1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย</p> <p>▵ 2. ด้านสถานที่พักผ่อนมีความปลอดภัย</p> <p>◇ 3. ด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย</p> <p>⊕ 4. ด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย</p> | <p>☾ 5. ด้านพนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย</p> <p>☁ 6. ด้านพนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย</p> |
|---|--|

จากภาพที่ 4.5 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant B พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงทั้ง 6 ประเด็นได้แก่

- ประเด็นที่ 1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
- ประเด็นที่ 2 ด้านสถานที่พักผ่อนมีความปลอดภัย
- ประเด็นที่ 3 ด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย
- ประเด็นที่ 4 ด้านการเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย
- ประเด็นที่ 5 ด้านพนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย
- ประเด็นที่ 6 ด้านพนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง



ภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านการให้บริการ

- ☀ 1. การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์
- ▵ 2. มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง
- ◇ 3. มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน
- ⊕ 4. มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร
- ☾ 5. มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี

จากภาพที่ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ เป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant B พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจตกอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงทั้ง 5 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์

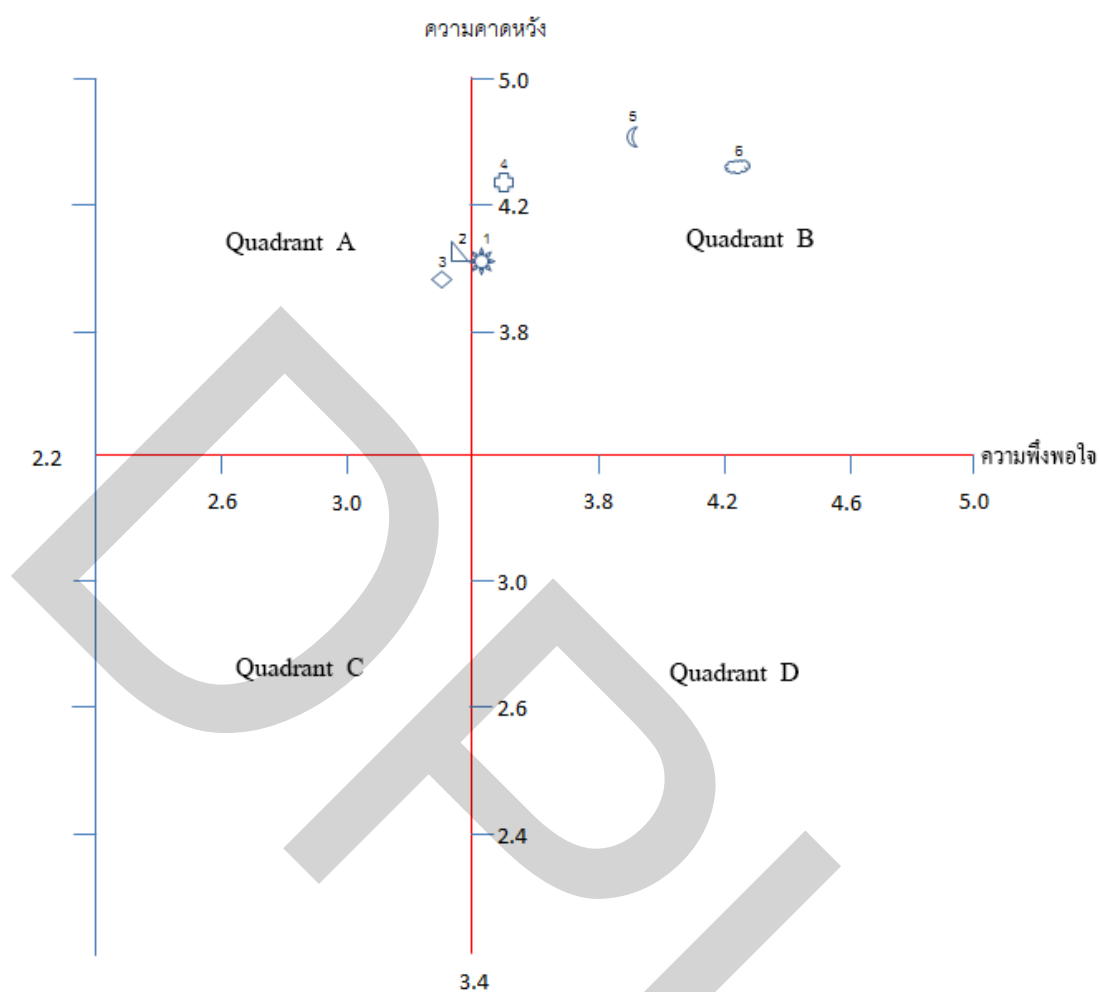
ประเด็นที่ 2 มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง

ประเด็นที่ 3 มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน

ประเด็นที่ 4 มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร

ประเด็นที่ 5 มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง



ภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในภาพรวม

- ☀ 1. ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา
- △ 2. ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- ◇ 3. ด้านอาหาร
- ⊕ 4. ด้านที่พักแรม
- ☾ 5. ด้านความปลอดภัย
- ☁ 6. ด้านการให้บริการ

จากภาพที่ 4.7 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวมเป็นรายคู่บนกราฟ IPA สรุปได้ดังนี้

Quadrant A พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ใน Quadrant A มี 2 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 2 ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 3 ด้านอาหาร

หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ในขณะที่ก็ยังไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวมากขึ้น

Quadrant B พบว่า มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ใน Quadrant B หมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในประเด็นดังกล่าวในระดับสูงอยู่ 4 ประเด็นได้แก่

ประเด็นที่ 1 ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา

ประเด็นที่ 4 ด้านที่พักแรม

ประเด็นที่ 5 ด้านความปลอดภัย

ประเด็นที่ 6 ด้านการให้บริการ

หมายความว่า ผู้ให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในคุณลักษณะนั้นๆ และได้รับการตอบรับต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แล้วแสดงออกซึ่งความพึงพอใจในระดับสูง

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นอิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีต่อความภักดี LISREL โมเดล

ตารางที่ 4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวบ่งชี้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2	Y3
X1	1.000								
X2	0.653**	1.000							
X3	0.573**	0.514**	1.000						
X4	0.526**	0.639**	0.440**	1.000					
X5	0.476**	0.545**	0.328**	0.617**	1.000				
X6	0.421**	0.472**	0.326**	0.473**	0.524**	1.000			
Y1	0.160**	0.121**	0.265**	0.029**	0.093**	0.067**	1.000		
Y2	0.024**	0.046**	0.162**	0.096**	0.101**	0.043**	0.544**	1.000	
Y3	0.039**	0.024**	0.197**	0.041**	0.070**	0.092**	0.516**	0.775**	1.000

Bartlett's Test of Sphericity= 2236.435 P=0.000

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)= 0.859

หมายเหตุ. ** P < 0.01

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลอิทธิพลของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ทุกตัวบ่งชี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.070 ถึง 0.775 และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 2236.435 ($P < 0.000$) แสดงว่าค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวบ่งชี้แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญและค่าดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ 0.859 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวบ่งชี้มีความสัมพันธ์กันสูงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบได้ ดังตารางที่ 4.16

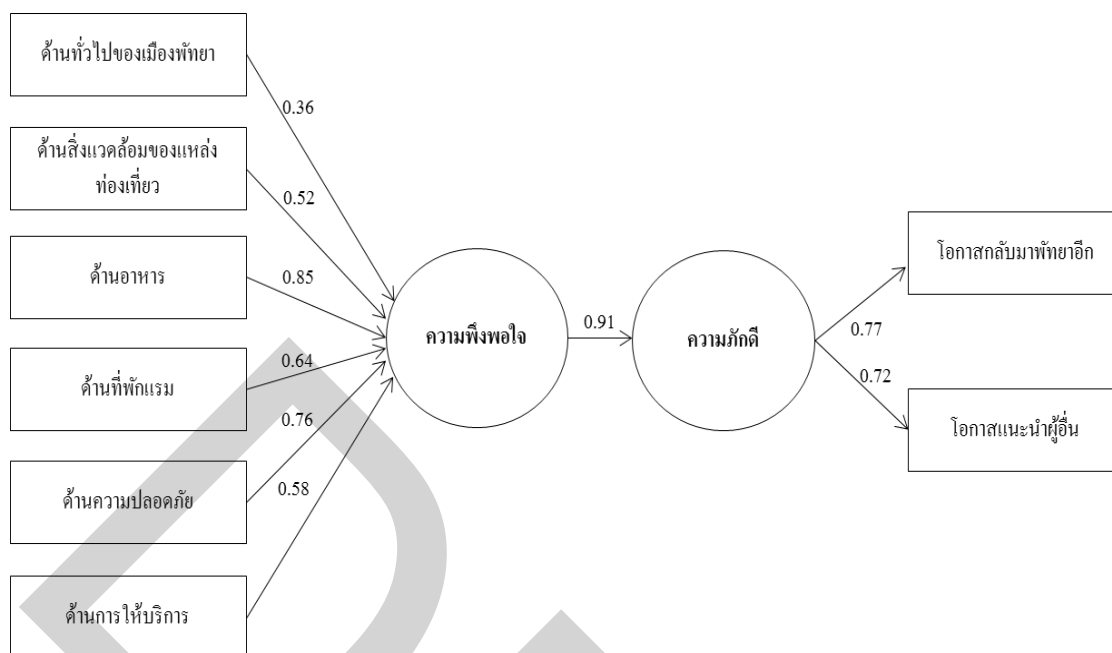
ตารางที่ 4.16 แสดงค่าอิทธิพลของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น		
	ปัจจัยความพึงพอใจ		ความภักดี
ความภักดี	ผลกระทบ	ค่าขนาดอิทธิพล	
	ผลกระทบทางตรง (DE)	0.91	
	ผลกระทบทางอ้อม (IE)	-	
	ผลกระทบรวม (TE)	0.91	
โอกาสที่จะกลับมา	ผลกระทบทางตรง (DE)		.77
	ผลกระทบทางอ้อม (IE)		-
	ผลกระทบรวม (TE)		.77
โอกาสแนะนำผู้อื่น	ผลกระทบทางตรง (DE)		.72
	ผลกระทบทางอ้อม (IE)		-
	ผลกระทบรวม (TE)		.72

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลตัวบ่งชี้อิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (Chi-square) มีค่าเท่ากับ 18.38 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเข้าใกล้ 1 ($P=0.19$) นั่นคือ ค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวิจัยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.99 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.97 รวมทั้งดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการกลับมาเยือนซ้ำ

ปัจจัยต่างๆ	Min	Max	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา	1.25	5.00	4.0019	0.62088	-.607	.622
ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	1.75	5.00	4.0306	0.66351	-.727	.612
ด้านอาหาร	1.20	5.00	3.9365	0.81223	-.921	.635
ด้านที่พักแรม	2.14	5.00	4.2250	0.53067	-.408	.016
ด้านความปลอดภัย	2.33	5.00	4.4317	0.52179	-1.039	.980
ด้านการให้บริการ	1.40	5.00	4.3215	0.61325	-.773	.890
โอกาสกลับมาพัทยากี	1.13	5.00	3.3775	0.90251	-.072	-.811
โอกาสแนะนำผู้อื่น	1.00	5.00	3.3030	0.82811	-.087	-.480



Chi-square = 18.38 P = .19 RMSEA = .030 NFI = .99 GFI = .99 RMR = .024 AGFI = .97

ภาพที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา พบว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจ ด้านอาหาร มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ด้านที่พักแรม ด้านการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านทั่วไปของเมืองพัทยา โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.76, 0.64, 0.58, 0.52 และ 0.36 ตามลำดับ ในส่วนขององค์ประกอบความภักดี พบว่า โอกาสกลับมาเยือนพัทยายีก มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ โอกาสแนะนำผู้อื่น โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.77 และ 0.72 ในส่วนของอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดี มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.91 และมีค่าเป็นบวก แสดงว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงก็จะส่งผลต่อความภักดีสูงขึ้นตามไปด้วย

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.01	.652	.021	.982	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.00	.606			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	3.98	.610	6.463	.000**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.25	.546			
	41 – 50 ปี	3.82	.691			
	51 ปีขึ้นไป	3.95	.578			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.92	.623	5.129	.006**	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.23	.571			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.03	.710			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.05	.815	1.591	.162	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.04	.571			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.01	.581			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.10	.623			
	เกษตรกร	3.91	.541			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.83	.663			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.07	.606	2.470	.062	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.91	.578			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.03	.611			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.14	.769			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	4.12	.57	1.041	.393	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.89	.558			
	คู่สมรสและบุตร	4.02	.677			
	ญาติ	3.99	.703			
	คนรัก (แฟน)	4.11	.526			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.04	.595			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.00	.620	.453	.636	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.87	.649			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.08	.643			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
จำนวนวันทั้งหมด ที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.04	.651	.287	.751	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	3.99	.622			
	7 วัน	4.10	.394			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.00	.618	1.193	.304	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.82	.685			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.15	.606			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	3.99	.675	.012	.988	ไม่แตกต่าง
	3 วัน	4.01	.544			
	มากกว่า 3 วัน	4.00	.539			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจากค่า ทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.50	.270	1.202	.304	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	3.89	.536			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.98	.601			
	2,001 – 3,000 หยวน	4.05	.575			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.95	.636			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.09	.689			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.96	.712			
ภูมิภาค/ภูมิลำเนา	มลฑลทางคู่้ง	3.95	.649	1.351	.290	ไม่แตกต่าง
	มลฑลยูนนาน	4.25	.359			
	มลฑลเจียงซี	4.03	.411			
	มลฑลหูเป่ย์	4.09	.681			
	มลฑลเหอเป่ย์	4.21	.443			
	มลฑลหูหนาน	4.30	.549			
	มลฑลเจ้อเจียง	3.96	.996			
	เซี่ยงไฮ้	4.24	.468			
	ปักกิ่ง	3.94	.339			
	กวางซี	3.98	.435			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .982 .162 .062 .393 .636 .751 .304 .988 .304 .290 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา ในด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	-.25417*	.17440	.03841
31 – 40 ปี		-	.42857*	.29257*
41 – 50 ปี			-	-.13600
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 31-40 ปี คู่ที่ 2 ช่วงอายุ 31-40 ปี กับ ช่วงอายุ 41-50 ปี และคู่ที่ 3 ช่วงอายุ 31-40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-.21074*	-.11691
ปริญญาตรี		-	.09382
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.04	.636	.388	.698	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.02	.677			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.17	.592	5.554	.000**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.23	.609			
	41 – 50 ปี	3.87	.728			
	51 ปีขึ้นไป	3.91	.657			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.96	.656	3.947	.020**	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.15	.653			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.99	.692			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.23	.613	4.714	.000**	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.08	.561			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.16	.634			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.03	.688			
	เกษตรกร	3.72	.619			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.81	.775			
รายได้ ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.01	.621	1.782	.150	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.96	.673			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.15	.602			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.07	.781			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	3.95	.509	3.494	.004**	แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.82	.629			
	คู่สมรสและบุตร	4.13	.669			
	ญาติ	4.01	.722			
	คนรัก (แฟน)	4.30	.538			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.15	.658			
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.03	.659	.814	.444	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.92	.879			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.23	.478			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.24	.495	6.472	.002**	แตกต่าง
	6 วัน	3.97	.682			
	7 วัน	4.45	.485			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.02	.658	.840	.432	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.96	.890			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.23	.578			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	4.08	.702	5.645	.004**	แตกต่าง
	3 วัน	3.88	.566			
	มากกว่า 3 วัน	4.22	.658			

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ค่าใช้จ่าย อื่นๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.16	.572	1.643	.134	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.06	.688			
	1,001 – 2,000 หยวน	4.10	.615			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.97	.702			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.85	.639			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.08	.706			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.14	.677			
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มลฑลทางต้ง	4.02	.736	.525	.857	ไม่แตกต่าง
	มลฑลยูนนาน	4.25	.342			
	มลฑลเจียงซี	3.91	.479			
	มลฑลหูเป่ย์	3.94	.461			
	มลฑลเหอเป่ย์	4.00	.478			
	มลฑลหูหนาน	4.20	.443			
	มลฑลเจ้อเจียง	4.13	.340			
	เซี่ยงไฮ้	4.01	.410			
	ปักกิ่ง	3.87	.380			
	กวางซี	4.17	.633			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัก ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .698 .150 .444 .432 .134 .857 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัก ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา ในด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ระดับ

การศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .020 อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ .004 จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .002 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	-.06067	.29296*	.26274*
31 – 40 ปี		-	.35363*	.32341*
41 – 50 ปี			-	-.03021
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี คู่ที่ 2 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป คู่ที่ 3 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี และคู่ที่ 4 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-.19742*	-.03714
ปริญญาตรี		-	.16026
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ คู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	เกษตรกร	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว
นักเรียน/นักศึกษา	-	.14591	.06495	.19436	.50426*	.41445*
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	-.0896	.04845	.35835*	.26854*
พนักงานธุรกิจเอกชน			-	.12941	.43931	.34950*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ				-	.30990*	.22009
เกษตรกร					-	-.08981
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว						-

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอาชีพต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 6 คู่ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ คู่ที่ 1 นักเรียน/นักศึกษากับเกษตรกร คู่ที่ 2 นักเรียน/นักศึกษากับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว คู่ที่ 3 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจกับเกษตรกร คู่ที่ 4 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจกับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว คู่ที่ 5 พนักงานธุรกิจเอกชนกับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว และคู่ที่ 6 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการกับเกษตรกร

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	คู่สมรส และบุตร	ญาติ	คนรัก (แฟน)	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน
คนเดียว	-	.13040	-.18149	-.05581	-.35000	-.19899
คู่สมรส (ไม่มีบุตร)		-	-.31189*	-.8621	-.48040*	-.32939*
คู่สมรสและบุตร			-	.12568	-.16851	-.01750
ญาติ				-	-.29419	-.14318
คนรัก (แฟน)					-	.15101
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน						-

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงผู้ร่วมเดินทางต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ คู่สมรสและบุตร คู่ที่ 2 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ คนรัก (แฟน) และคู่ที่ 3 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย

จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	6 วัน	7 วัน
ไม่เกิน 5 วัน	-	.26684*	-.20886
6 วัน		-	-.47569*
7 วัน			-

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทยต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ไม่เกิน 5 วัน กับ 6 วัน และคู่ที่ 2 6 วัน กับ 7 วัน

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.19814*	.14108
3 วัน		-	-.33921*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาดังกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และคู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.87	.784	-1.137	.264	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.97	.825			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.14	.749	6.039	.000**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.15	.674			
	41 – 50 ปี	4.72	.862			
	51 ปีขึ้นไป	3.78	.843			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.85	.810	3.166	.043*	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.07	.786			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.92	.870			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.20	.791	2.007	.077	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.98	.798			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	3.99	.768			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.89	.831			
	เกษตรกร	3.89	.829			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.70	.851			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.01	.747	.539	.656	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.88	.822			
	5,001 – 10,000 หยวน	3.94	.846			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	3.99	.828			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	4.01	.593	3.750	.002**	แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.61	.895			
	คู่สมรสและบุตร	4.05	.749			
	ญาติ	3.99	.797			
	คนรัก (แฟน)	4.06	.548			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.03	.837			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	3.95	.794	2.895	.056	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.48	1.177			
	มากกว่า 2 ครั้ง	4.15	.703			
จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.26	.634	6.175	.002**	แตกต่าง
	6 วัน	3.87	.831			
	7 วัน	4.16	.656			
จำนวนครั้งที่มาพัทยา	มาครั้งแรก	3.94	.793	.286	.751	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.77	.965			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.93	1.093			
จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3.95	.824	.915	.401	ไม่แตกต่าง
	3 วัน	3.88	.821			
	มากกว่า 3 วัน	4.07	.692			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.40	.432	.967	.448	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.02	.765			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.99	.801			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.92	.860			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.86	.791			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.04	.792			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.81	.847			
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มณฑลกวางตุ้ง	3.8	.872	.525	.857	ไม่แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	4.0	.494			
	มณฑลเจียงซี	4.2	.457			
	มณฑลหูเป่ย์	3.9	.933			
	มณฑลเหอเป่ย์	4.1	.591			
	มณฑลหูหนาน	4.3	.521			
	มณฑลเจ้อเจียง	3.8	.986			
	เซี่ยงไฮ้	3.9	.504			
	ปักกิ่ง	4.0	.499			
	กวางซี	4.1	.662			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .264 .077 .656 .056 .751 .401 .448 .857 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนจำนวนครั้งที่มาประเทศไทย ครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/

ภูมิฐานะ ในด้านอาหาร แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .043 ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ .002 จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	-.01465	.42302*	.35459*
31 – 40 ปี		-	.43766*	.36924*
41 – 50 ปี			-	-.06843
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 อายุ 21 – 30 ปี กับ อายุ 41 – 50 ปี คู่ที่ 2 อายุ 21 – 30 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป คู่ที่ 3 อายุ 31 – 40 ปี กับอายุ 41 – 50 ปี และคู่ที่ 4 อายุ 31 – 40 ปี กับ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-.21855*	-.07170
ปริญญาตรี		-	.14685
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	คู่สมรส และบุตร	ญาติ	คนรัก (แฟน)	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
คนเดียว	-	.39779*	-.04312	.01841	-.05524	-.02494
คู่สมรส (ไม่มีบุตร)		-	-.44091*	-.37939*	-.45303*	-.42273*
คู่สมรสและบุตร			-	.06152	-.01212	.01818
ญาติ				-	-.07364	-.4334
คนรัก (แฟน)					-	.03030
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน						-

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงผู้ร่วมเดินทางต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ คู่สมรสและบุตร คู่ที่ 2 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ ญาติ คู่ที่ 3 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ คนรัก (แฟน) และคู่ที่ 4 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย

จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	6 วัน	7 วัน
ไม่เกิน 5 วัน	-	.38611*	.09498
6 วัน		-	-.2113
7 วัน			-

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทยต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ไม่เกิน 5 วัน กับ 6 วัน

ตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านที่พักแรม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.17	.524	-1.358	.175	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.25	.532			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.36	.523	5.130	.000**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.32	.560			
	41 – 50 ปี	4.16	.542			
	51 ปีขึ้นไป	4.10	.476			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	.519	4.805	.009**	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.32	.532			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.08	.535			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.31	.563	2.793	.017**	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.20	.512			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.34	.509			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.22	.452			
	เกษตรกร	3.99	.568			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	4.17	.587			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.16	.541	1.694	.168	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	4.19	.501			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.31	.516			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.30	.624			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ผู้ร่วม เดินทาง	คนเดียว	4.05	.480	2.358	.040**	แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	4.17	.456			
	คู่สมรสและบุตร	4.23	.504			
	ญาติ	4.19	.504			
	คนรัก (แฟน)	4.50	.407			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.31	.638			
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.22	.522	.308	.735	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.16	.756			
	มากกว่า 2 ครั้ง	4.32	.516			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.39	.422	5.832	.003**	แตกต่าง
	6 วัน	4.18	.542			
	7 วัน	4.55	.437			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.22	.521	.586	.557	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.16	.737			
	มากกว่า 2 ครั้ง	4.35	.752			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	4.31	.515	11.038	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	4.05	.518			
	มากกว่า 3 วัน	4.28	.528			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.18	.575	.967	.448	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.41	.428			
	1,001 – 2,000 หยวน	4.23	.530			
	2,001 – 3,000 หยวน	4.24	.559			
	3,001 – 4,000 หยวน	4.11	.500			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.25	.597			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.26	.518			

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มณฑลทวายต้ง	4.2	.567	.796	.620	ไม่แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	4.1	.308			
	มณฑลเจียงซี	4.0	.397			
	มณฑลหูเป่ย์	4.1	.411			
	เหอเป่ย์	4.0	.580			
	หูหนาน	4.3	.319			
	เจ้อเจียง	4.1	.473			
	เซี่ยงไฮ้	4.1	.441			
	ปักกิ่ง	4.0	.361			
	กวางซี	4.1	.519			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในด้านที่พักแรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .175 .168 .557 .735 .448 .620 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา ในด้านที่พักแรม แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .009 อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .017 ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ .040 จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .003 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มี

อิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	.04354	.20658*	.26632*
31 – 40 ปี		-	.16303*	.22278*
41 – 50 ปี			-	.05975
51 ปีขึ้นไป				-

หมายเหตุ. * แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ช่วงอายุ 31 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี กลุ่มที่ 2 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 – 50 ปี และกลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-.14253*	.10356
ปริญญาตรี		-	.24609*
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี และกลุ่มที่ 2 ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	เกษตรกร	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว
นักเรียน/นักศึกษา	-	.11423	-.02101	.09338	.32640*	.13599
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		-	-.3524	-.02086	.21217*	.02175
พนักงานธุรกิจเอกชน			-	.11439	.34741*	.15700
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ				-	.23303*	.04261
เกษตรกร					-	.19042
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว						-

จากตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอาชีพต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักเรียน/นักศึกษากับเกษตรกร กลุ่มที่ 2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจกับเกษตรกร กลุ่มที่ 3 พนักงานธุรกิจเอกชนกับเกษตรกร และกลุ่มที่ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการกับเกษตรกร

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	คู่สมรส และบุตร	ญาติ	คนรัก (แฟน)	เพื่อนหรือ เพื่อนร่วมงาน
คนเดียว	-	-.12797	-.18664	-.14205	-.45578*	-.25982*
คู่สมรส (ไม่มีบุตร)		-	-.05867	-.01408	-.32781*	-.13185
คู่สมรสและบุตร			-	.04459	-.26914	-.03718
ญาติ				-	-.31373	-.11777
คนรัก (แฟน)					-	-.19596
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน						-

จากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงผู้ร่วมเดินทางต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 คนเดียว กับ คนรัก (แฟน) คู่ที่ 2 คนเดียว กับ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และคู่ที่ 3 คู่สมรส (ไม่มีบุตร) กับ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.26172*	.02419
3 วัน		-	-.23753*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และคู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย

จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	6 วัน	7 วัน
ไม่เกิน 5 วัน	-	.20358*	-.15629
6 วัน		-	-.135987*
7 วัน			-

จากตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทยต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ไม่เกิน 5 วัน กับ 6 วัน และคู่ที่ 2 6 วัน กับ 7 วัน

ตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านความปลอดภัย				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.40	.506	-.829	.407	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.45	.529			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.56	.471	5.601	.001**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.52	.547			
	41 – 50 ปี	4.27	.597			
	51 ปีขึ้นไป	4.39	.459			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.41	.521	.957	.385	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.47	.498			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.37	.608			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.53	.467	.947	.450	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.47	.497			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.46	.510			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.37	.546			
	เกษตรกร	4.32	.633			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	4.39	.506			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.43	.502	.042	.988	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	4.44	.484			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.42	.543			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.41	.646			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	4.42	.462	.759	.580	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	4.34	.467			
	คู่สมรสและบุตร	4.52	.564			
	ญาติ	4.45	.492			
	คนรัก (แฟน)	4.44	.366			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.48	.596			

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านความปลอดภัย				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.44	.511	.582	.559	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.29	.717			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.34	.595			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.59	.427	3.302	.038**	แตกต่าง
	6 วัน	4.41	.536			
	7 วัน	4.29	.429			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.44	.511	.398	.672	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.31	.769			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.46	.554			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	4.44	.545	.143	.867	ไม่แตกต่าง
	3 วัน	4.43	.476			
	มากกว่า 3 วัน	4.39	.540			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจากค่า ทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.45	.961	.569	.755	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.51	.521			
	1,001 – 2,000 หยวน	4.40	.507			
	2,001 – 3,000 หยวน	4.49	.471			
	3,001 – 4,000 หยวน	4.43	.434			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.32	.661			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.43	.576			
ภูมิภาค/ภูมิลำเนา	มลฑลทวาย	4.41	.552	1.105	.358	ไม่แตกต่าง
	มลฑลยูนนาน	4.50	.355			
	มลฑลเจียงซี	4.55	.363			
	มลฑลหูเป่ย์	4.68	.322			
	มลฑลเหอเป่ย์	4.21	.564			
	มลฑลหูหนาน	4.67	.382			
	มลฑลเจ้อเจียง	4.40	.528			
	เซี่ยงไฮ้	4.52	.361			
	ปักกิ่ง	4.44	.428			
	กวางซี	4.41	.584			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิภาค มีค่า Sig. เท่ากับ .407 .385 .450 .988 .580 .559 .672 .867 .755 .358 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ภูมิภาค/ภูมิภาค ในด้านความปลอดภัยแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .001 จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	.04036	.28558*	.16490*
31 – 40 ปี		-	.24522*	.12453
41 – 50 ปี			-	.0283
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41-50 ปี คู่ที่ 2 ช่วงอายุ 21-30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป และคู่ที่ 3 ช่วงอายุ 31-40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย

จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	6 วัน	7 วัน
ไม่เกิน 5 วัน	-	.17684*	.29833
6 วัน		-	.12149
7 วัน			-

จากตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทยต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ ไม่เกิน 5 วัน กับ 6 วัน

ตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบสมมติฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.38	.564	1.533	.126	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.28	.635			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.35	.564	.901	.464	ไม่แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.36	.737			
	41 – 50 ปี	4.36	.526			
	51 ปีขึ้นไป	4.26	.606			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.29	.594	1.134	.323	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.38	.650			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.27	.570			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.32	.611	1.737	.125	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.30	.652			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.44	.552			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.27	.564			
	เกษตรกร	4.11	.805			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	4.34	.543			

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.23	.628	4.619	.003**	แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	4.24	.607			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.47	.596			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.47	.569			
ผู้ร่วม เดินทาง	คนเดียว	4.23	.704	2.440	.034**	แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	4.25	.539			
	คู่สมรสและบุตร	4.51	.502			
	ญาติ	4.21	.566			
	คนรัก (แฟน)	4.41	.437			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.34	.745			
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.32	.611	2.111	.123	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.09	.688			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.56	.509			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.26	.554	.794	.453	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	4.33	.625			
	7 วัน	4.51	.532			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.32	.612	2.396	.092	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.06	.680			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.55	.527			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	4.46	.594	23.446	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	4.04	.577			
	มากกว่า 3 วัน	4.45	.509			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.03	1.001	1.457	.192	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.25	.676			
	1,001 – 2,000 หยวน	4.29	.629			
	2,001 – 3,000 หยวน	4.28	.604			
	3,001 – 4,000 หยวน	4.29	.577			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.46	.695			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.48	.482			

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความคาดหวังด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มณฑลทวายตั้ง	4.45	.598	5.489	.000**	แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	4.00	.579			
	มณฑลเจียงซี	4.18	.369			
	มณฑลหูเป่ย์	3.89	.429			
	มณฑลเหอเป่ย์	3.89	.636			
	มณฑลหูหนาน	4.18	.599			
	มณฑลเจ้อเจียง	4.00	.581			
	เซี่ยงไฮ้	4.05	.563			
	ปักกิ่ง	3.92	.587			
	กวางซี	4.07	.508			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.43 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .126 .464 .323 .125 .123 .453 .092 .192 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านการให้บริการแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig. เท่ากับ .034 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักใน

เมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิภาคนา มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยว
เมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการ
ท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	2,001 – 5,000 หยวน	5,001 – 10,000 หยวน	10,001 หยวน ขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	-	-.00920	-.24141*	-.24176*
2,001 – 5,000 หยวน		-	-.23221*	-.23256*
5,001 – 10,000 หยวน			-	-.00035
10,001 หยวน ขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงรายได้ต่อเดือน
ต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน กับ
5,001 – 10,000 หยวน กลุ่มที่ 2 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน กับ 10,001 หยวน ขึ้นไป กลุ่มที่ 3
2,001 – 5,000 หยวน กับ 5,001 – 10,000 หยวน และกลุ่มที่ 4 2,001 – 5,000 หยวน กับ 10,001 หยวน
ขึ้นไป

ตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการ
ท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	คู่สมรส และบุตร	ญาติ	คนรัก (แฟน)	เพื่อนหรือ เพื่อนร่วมงาน
คนเดียว	-	-.01571	-.27221*	.01801	-.17905	-.11521
คู่สมรส (ไม่มีบุตร)		-	-.25649*	.03372	-.16333	-.09949
คู่สมรสและบุตร			-	.29021*	.09316	.15700
ญาติ				-	-.19705	-.13322
คนรัก (แฟน)					-	.06384
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน						-

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา ต่างกันจะมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 7 คู่ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลฑลทลวาทตั้งกับมลฑลยูนนาน คู่ที่ 2 มลฑลทลวาทตั้งกับมลฑลหุเปย คู่ที่ 3 มลฑลทลวาทตั้งกับเหอเปย คู่ที่ 4 มลฑลทลวาทตั้งกับเจ้อเจียง คู่ที่ 5 มลฑลทลวาทตั้งกับเซียงไฮ้ คู่ที่ 6 มลฑลทลวาทตั้งกับปักกิ่ง และคู่ที่ 7 มลฑลทลวาทตั้งกับกวางซี

ตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยว เมืองพัทยา ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.49	.782	1.217	.225	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.38	.794			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	3.57	.811	3.009	.018	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	3.49	.806			
	41 – 50 ปี	3.41	.807			
	51 ปีขึ้นไป	3.27	.731			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.34	.802	2.831	.060	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.5	.755			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.3	.811			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.52	.949	3.622	.003**	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.53	.812			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	3.58	.736			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.24	.785			
	เกษตรกร	3.09	.652			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.38	.748			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	3.29	.776	1.368	.252	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.41	.768			
	5,001 – 10,000 หยวน	3.51	.767			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	3.53	.917			

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	3.11	.654	1.663	.142	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.37	.665			
	คู่สมรสและบุตร	3.44	.848			
	ญาติ	3.50	.806			
	คนรัก (แฟน)	3.63	.829			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	3.47	.854			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	3.42	.789	.138	.871	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.45	.945			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.53	.666			
จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	3.59	.744	1.799	.167	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	3.39	.793			
	7 วัน	3.48	.901			
จำนวนครั้งที่มาพัทยา	มาครั้งแรก	3.42	.789	.005	.995	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.40	.901			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.43	.791			
จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3.61	.724	25.519	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	3.04	.798			
	มากกว่า 3 วัน	3.57	.678			
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	3.57	.534	.416	.868	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	3.42	.761			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.48	.872			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.45	.827			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.38	.701			
	4,001 – 5,000 หยวน	3.34	.879			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.48	.726			

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มลฑลทวาวงคั้ง	3.54	.777	3.031	.002**	แตกต่าง
	มลฑลยูนนาน	3.07	.807			
	มลฑลเจียงซี	3.18	.767			
	มลฑลหุเป่ย์	3.95	.721			
	มลฑลเหอเป่ย์	3.30	.836			
	มลฑลหูหนาน	3.50	.763			
	มลฑลเจ้อเจียง	3.04	.885			
	เซียงไฮ้	3.18	.637			
	ปักกิ่ง	2.87	.660			
	กวางซี	3.21	.801			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .225 .060 .252 .142 .871 .167 .995 .868 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาดแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .018 อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .003 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ อาชีพ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	.09599	.18115	.31534*
31 – 40 ปี		-	.08516	.21935*
41 – 50 ปี			-	.13419
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 กลุ่ม ที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป และกลุ่มที่ 2 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกช่วงอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	เกษตรกร	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/เกษียณอายุ แล้ว
นักเรียน/นักศึกษา	-	.00100	-.05760	.28693	.43692*	.18843
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		-	-.05859	.28593*	.43592*	.18744
พนักงานธุรกิจเอกชน			-	.34453*	.49452*	.24603*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ				-	.14999	-.09850
เกษตรกร					-	-.24849
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว						-

จากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 6 กลุ่ม ที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 นักเรียน/นักศึกษากับเกษตรกร กลุ่มที่ 2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจกับประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ กลุ่มที่ 3 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจกับเกษตรกร กลุ่มที่ 4 พนักงานธุรกิจเอกชนกับประกอบธุรกิจส่วนตัว/

จากตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 3 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลฑลกลางคู่กับมณฑลยูนนาน คู่ที่ 2 มณฑลกลางคู่กับมณฑลหูเป่ย์ และคู่ที่ 3 มณฑลกลางคู่กับปักกิ่ง

ตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.45	.787	1.134	.288	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.34	.954			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	3.64	.963	4.212	.002**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	3.39	.949			
	41 – 50 ปี	3.34	.851			
	51 ปีขึ้นไป	3.20	.817			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.39	.910	.146	.864	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.35	.898			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.3	.895			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.56	1.002	4.426	.001**	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.49	.875			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	3.56	.872			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	2.98	.916			
	เกษตรกร	3.28	.777			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.28	.872			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	3.35	.863	1.340	.261	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.32	.947			
	5,001 – 10,000 หยวน	3.54	.774			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	3.34	1.001			

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ผู้ร่วม เดินทาง	คนเดียว	3.19	.714	1.549	.174	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.28	.777			
	คู่สมรสและบุตร	3.40	.902			
	ญาติ	3.30	1.005			
	คนรัก (แฟน)	3.73	.737			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	3.52	.977			
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	3.37	.899	.282	.755	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.48	1.156			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.52	.712			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	3.55	.955	1.540	.216	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	3.34	.893			
	7 วัน	3.55	.843			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	3.37	.900	.154	.857	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.50	1.160			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.42	.776			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	3.59	.872	33.857	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	2.89	.764			
	มากกว่า 3 วัน	3.73	.851			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	3.43	.892	.980	.438	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	3.49	1.022			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.34	1.007			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.28	.924			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.32	.801			
	4,001 – 5,000 หยวน	3.39	.792			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.60	.764			

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มณฑลทวายตั้ง	3.57	.868	6.285	.000**	แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	3.08	.811			
	มณฑลเจียงซี	3.06	.978			
	มณฑลหูเป่ย์	2.83	.786			
	มณฑลเหอเป่ย์	2.69	.579			
	มณฑลหูหนาน	3.10	.878			
	มณฑลเจ้อเจียง	2.76	.695			
	เซี่ยงไฮ้	2.82	.847			
	ปักกิ่ง	2.72	.646			
	กวางซี	3.08	.994			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.53 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .288 .864 .261 .174 .755 .216 .857 .438 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .001 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ อาชีพ จำนวนวันที่พัก

ในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.54 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	.26907*	.31885*	.45640*
31 – 40 ปี		-	.04978	.18734
41 – 50 ปี			-	.13755
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.54 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กลุ่มที่ 2 ช่วงอายุ 31 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 31 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกช่วงอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	เกษตรกร	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว
นักเรียน/นักศึกษา	-	.06296	-.00858	.57380*	.27225	.27142
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		-	-.07154	.51084*	.20929	.20846
พนักงานธุรกิจเอกชน			-	.58238*	.28083	.2800*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ				-	-.30155	-.30239
เกษตรกร					-	-.00084
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว						-

จากตารางที่ 4.57 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 7 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลฑลทลกวางตั้งกับ มลฑลยูนนาน คู่ที่ 2 มลฑลทลกวางตั้งกับมลฑล เชียงชี คู่ที่ 3 มลฑลทลกวางตั้งกับมลฑลหุเป่ย คู่ที่ 4 มลฑลทลกวางตั้งกับเหอเป่ย คู่ที่ 5 มลฑลทลกวางตั้งกับเจ้อเจียง คู่ที่ 6 มลฑลทลกวางตั้งกับเซี่ยงไฮ้ และคู่ที่ 7 มลฑลทลกวางตั้งกับปักกิ่ง

ตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.31	.786	.039	.969	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.30	.850			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	3.50	.793	7.186	.000**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	3.56	.761			
	41 – 50 ปี	3.19	.829			
	51 ปีขึ้นไป	3.07	.821			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.2	.865	1.893	.152	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.3	.746			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.4	.882			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.49	.811	7.649	.000**	แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.48	.796			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	3.50	.702			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.10	.867			
	เกษตรกร	2.75	.880			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.13	.799			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	3.21	.828	.517	.671	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.31	.802			
	5,001 – 10,000 หยวน	3.35	.841			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	3.36	.906			

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	3.03	.845	1.212	.303	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.28	.776			
	คู่สมรสและบุตร	3.34	.824			
	ญาติ	3.29	.814			
	คนรัก (แฟน)	3.24	.693			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	3.42	.893			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	3.29	.827	1.005	.367	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.23	1.077			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.62	.451			
จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	3.62	.871	5.793	.003**	แตกต่าง
	6 วัน	3.24	.828			
	7 วัน	3.51	.723			
จำนวนครั้งที่มาพัทยา	มาครั้งแรก	3.29	.829	.200	.819	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.42	1.031			
	มากกว่า 2 ครั้ง	3.38	.677			
จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3.45	.794	23.138	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	2.93	.797			
	มากกว่า 3 วัน	3.67	.692			
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	3.45	.943	1.759	.106	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	3.27	.782			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.47	.815			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.14	.910			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.21	.781			
	4,001 – 5,000 หยวน	3.22	.685			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.38	.830			

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านอาหาร				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	มณฑลทางใต้	3.39	.825	1.912	.049**	แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	3.18	.862			
	มณฑลเจียงซี	3.11	.733			
	มณฑลหูเป่ย์	2.69	.737			
	มณฑลเหอเป่ย์	3.18	.746			
	มณฑลหูหนาน	3.26	.862			
	มณฑลเจ้อเจียง	2.98	.892			
	เซี่ยงไฮ้	3.04	.807			
	ปักกิ่ง	3.23	.873			
	กวางซี	3.00	.737			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.58 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านอาหาร ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .969 .152 .671 .303 .367 .819 .106 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านอาหารแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .003 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ อาชีพ จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.59 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	-.05475	.31603*	.43932*
31 – 40 ปี		-	.37078*	.49407*
41 – 50 ปี			-	.12329
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.59 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 4 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี คู่ที่ 2 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป คู่ที่ 3 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี และ คู่ที่ 4 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.60 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	เกษตรกร	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ/ เกษียณอายุแล้ว
นักเรียน/นักศึกษา	-	.00074	-.01569	.38376*	.73034*	.35173*
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		-	-.01642	.38302*	.72961*	.35099*
พนักงานธุรกิจเอกชน			-	.39944*	.74603*	.36741*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ				-	.34658*	-.03203
เกษตรกร					-	-.37461*
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว						-

จากตารางที่ 4.60 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 11 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 นักเรียน/นักศึกษากับประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ

กิจการ คู่ที่ 2 นักเรียน/นักศึกษา กับเกษตรกร คู่ที่ 3 นักเรียน/นักศึกษา กับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว คู่ที่ 4 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คู่ที่ 5 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับเกษตรกร คู่ที่ 6 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว คู่ที่ 7 พนักงานธุรกิจเอกชน กับประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คู่ที่ 8 พนักงานธุรกิจเอกชน กับเกษตรกร คู่ที่ 9 พนักงานธุรกิจเอกชน กับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว คู่ที่ 10 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ กับเกษตรกร และคู่ที่ 11 เกษตรกร กับไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว

ตารางที่ 4.61 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.51971*	-.22590
3 วัน		-	-.74561*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.61 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และคู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.62 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย

จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	6 วัน	7 วัน
ไม่เกิน 5 วัน	-	.38426*	.11505
6 วัน		-	-.26921
7 วัน			-

จากตารางที่ 4.62 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทยต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ไม่เกิน 5 วัน กับ 6 วัน

ตารางที่ 4.63 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหาร จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิภานา

ภูมิภาค/ ภูมิภานา	กวางตั้ง	ยูนนาน	เจียงซี	หูเป่ย์	เหอเป่ย์	หูหนาน	เจ้อเจียง	เซี่ยงไฮ้	ปักกิ่ง	กวางซี
กวางตั้ง	-	.20965	.28946	.70485*	.21144	.13049	.41715	.35271	.16382	.39715
ยูนนาน		-	.07981	.49519	.00179	-.07917	.20750	.14306	-.04583	.18750
เจียงซี			-	-1.0104	-.7796	-.6286	-1.0701	-.7619	-.7258	-1.0609
หูเป่ย์				-	-.4345	-.2837	-.7247	-.4158	-.3818	-.3393
เหอเป่ย์					-	-.3448	-.1017	-.0393	-.3114	-.0984
หูหนาน						-	-.4424	-.4109	-.6615	-.4440
เจ้อเจียง							-	.06325	-.12564	.10769
เซี่ยงไฮ้								-	-.54103	-.30769
ปักกิ่ง									-	.18571
กวางซี										-

จากตารางที่ 4.63 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิภานาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 1 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มลทลกวางตั้งกับลทลหูเป่ย์

ตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	3.75	.739	-.670	.503	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.81	.801			

ตารางที่ 4.64 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	3.98	.810	2.600	.036**	แตกต่าง
	31 – 40 ปี	3.76	.788			
	41 – 50 ปี	3.74	.795			
	51 ปีขึ้นไป	3.68	.726			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.7	.820	.542	.582	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.7	.743			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.8	.679			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3.78	.875	1.436	.210	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.86	.688			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	3.90	.752			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.62	.803			
	เกษตรกร	3.66	.805			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.76	.847			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	3.70	.822	.843	.471	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.76	.811			
	5,001 – 10,000 หยวน	3.87	.651			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	3.85	.821			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	3.69	.657	.922	.466	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	3.74	.668			
	คู่สมรสและบุตร	3.79	.788			
	ญาติ	3.72	.837			
	คนรัก (แฟน)	4.09	.636			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	3.87	.869			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	3.79	.774	.219	.803	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.66	1.036			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	3.81	.653			
จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	3.89	.815	1.207	.300	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	3.76	.771			
	7 วัน	4.00	.868			
จำนวนครั้งที่มาพัทยา	มาครั้งแรก	3.79	.776	.297	.743	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	3.63	1.101			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	3.82	.588			

ตารางที่ 4.64 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านที่พักแรม				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
จำนวนวันที่พักในเมือง พัทยา	2 วัน	4.03	.654	41.479	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	3.23	.747			
	มากกว่า 3 วัน	3.93	.894			
ค่าใช้จ่าย อื่นๆ นอกเหนือจากค่า ทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.27	.739	1.533	.166	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.02	.778			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.79	.834			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.65	.876			
	3,001 – 4,000 หยวน	3.71	.664			
	4,001 – 5,000 หยวน	3.81	.754			
	มากกว่า 5,000 หยวน	3.88	.639			
ภูมิภาค/ภูมิสำเนา	มณฑลกว่างตุ้ง	3.97	.683	7.720	.000**	แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	3.54	.768			
	มณฑลเจียงซี	3.37	.969			
	มณฑลหูเป่ย์	3.43	.752			
	มณฑลเหอเป่ย์	3.15	.737			
	มณฑลหูหนาน	3.31	.735			
	มณฑลเจ้อเจียง	3.07	.789			
	เซี่ยงไฮ้	3.34	.686			
	ปักกิ่ง	3.41	.753			
	กวางซี	3.27	1.246			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.64 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .503 .582 .210 .471 .466 .803 .300 .743 .166 ซึ่งมีย่านค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านที่พักแรมแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .036 จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิภาค มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ(0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ อายุ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิภาค/ภูมิภาค มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.65 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงอายุ

อายุ	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
21 – 30 ปี	-	.23384*	.24853*	.30842*
31 – 40 ปี		-	.01469	.07458
41 – 50 ปี			-	.05989
51 ปีขึ้นไป				-

จากตารางที่ 4.65 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ซึ่งพบว่า 3 กลุ่มที่แตกต่างกันได้แก่ กลุ่มที่ 1 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี กลุ่มที่ 2 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.66 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.69987*	.09438
3 วัน		-	.60549*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.66 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และคู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.67 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรม จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิภานา

ภูมิภาค/ ภูมิภานา	กวางตุ้ง	ยูนนาน	เจียงซี	หูเป่ย์	เหอเป่ย์	หูหนาน	เจ้อเจียง	เซี่ยงไฮ้	ปักกิ่ง	กวางซี
กวางตุ้ง	-	.43350*	.60451*	.53858*	.82508*	.66862*	.90671*	.63687*	.57335*	.70541*
ยูนนาน		-	.17102	.10508	.39158	.23512	.47321	.20337	.13988	.27192
เจียงซี			-	-.06593	.22057	.06410	.30220	.03236	-.03114	.10090
หูเป่ย์				-	.28650	.13004	.36813	.09829	.03480	.16683
เหอเป่ย์					-	.2473	.4468	.2894	.1521	.2661
หูหนาน						-	-.1029	-.2877	-.4059	-.2879
เจ้อเจียง							-	-.4878	-.6033	-.4846
เซี่ยงไฮ้								-	-.5374	-.4187
ปักกิ่ง									-	-.11967
กวางซี										-

จากตารางที่ 4.67 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิภานาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 9 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลฑลกวางตุ้งกับมลฑलयูนนาน คู่ที่ 2 มลฑลกวางตุ้งกับมลฑลเจียงซี คู่ที่ 3 มลฑล กวางตุ้งกับมลฑลหูเป่ย์ คู่ที่ 4 มลฑลกวางตุ้งกับเหอเป่ย์ คู่ที่ 5 มลฑลกวางตุ้งกับหูหนาน คู่ที่ 6 มลฑลกวางตุ้งกับเจ้อเจียง คู่ที่ 7 มลฑลกวางตุ้งกับเซี่ยงไฮ้ คู่ที่ 8 มลฑลกวางตุ้งกับปักกิ่ง และคู่ที่ 9 มลฑลกวางตุ้งกับกวางซี

ตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัตยาด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.07	.627	1.145	.253	ไม่แตกต่าง
	หญิง	3.99	.652			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.16	.635	1.287	.275	ไม่แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.01	.640			
	41 – 50 ปี	3.98	.676			
	51 ปีขึ้นไป	3.97	.629			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.01	4.659	.351	.705	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.01	4.641			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	.578			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.02	.678	.621	.684	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.07	.574			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.06	.671			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	3.96	.658			
	เกษตรกร	3.89	.755			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	3.99	.604			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	3.91	.736	2.228	.804	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	3.99	.604			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.09	.629			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.17	.626			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	3.80	.548	1.039	.394	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	4.01	.617			
	คู่สมรสและบุตร	4.04	.722			
	ญาติ	4.03	.611			
	คนรัก (แฟน)	4.09	.511			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.08	.678			

ตารางที่ 4.68 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
จำนวนครั้งที่มา ประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.03	.647	1.196	.304	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.09	.686			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	3.76	.454			
จำนวนวัน ทั้งหมดที่พักใน ประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.18	.557	2.294	.102	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	3.99	.648			
	7 วัน	3.91	.867			
จำนวนครั้งที่มา พัทยา	มาครั้งแรก	4.03	.643	2.293	.102	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.08	.738			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	3.69	.531			
จำนวนวันที่พัก ในเมืองพัทยา	2 วัน	4.14	.619	14.126	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	3.78	.638			
	มากกว่า 3 วัน	4.13	.600			
ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ นอกเหนือจากค่า ทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	3.81	1.047	.909	.488	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.04	.669			
	1,001 – 2,000 หยวน	3.97	.623			
	2,001 – 3,000 หยวน	3.95	.649			
	3,001 – 4,000 หยวน	4.11	.650			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.11	.594			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.09	.633			
ภูมิภาค/ภูมิลำเนา	มลฑลทวาย	4.13	.612	4.325	.000**	แตกต่าง
	มณฑลยูนนาน	3.67	.702			
	มณฑลเจียงซี	3.97	.652			
	มณฑลหูเป่ย์	3.57	.837			
	มณฑลเหอเป่ย์	3.76	.579			
	มณฑลหูหนาน	3.68	.802			
	มณฑลเจ้อเจียง	3.58	.466			
	เซี่ยงไฮ้	3.69	.569			
	ปักกิ่ง	3.79	.560			
	กวางซี	4.10	.479			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.68 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ มีค่า Sig. เท่ากับ .253 .275 .705 .684 .804 .394 .304 .102 .102 .488 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านความปลอดภัยแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.69 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.35359*	.00610
3 วัน		-	-.34749*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.69 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และคู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.70 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัย จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิภานา

ภูมิภาค/ ภูมิภานา	กวางตุ้ง	ยูนนาน	เจียงซี	หูเป่ย์	เหอเป่ย์	หูหนาน	เจ้อเจียง	เซียงไฮ้	ปักกิ่ง	กวางซี
กวางตุ้ง	-	.46679*	.15909	.55653*	.37155*	.45290*	.55012*	.43901*	.34179	.02739
ยูนนาน		-	-.30769	.08974	-.09524	-.01389	.08333	-.02778	-.12500	-.43939
เจียงซี			-	-.5410	-.6069	-.3106	-.4882	-.2786	-.4692	-.4646
หูเป่ย์				-	-.7524	-.4562	-.6334	-.4232	-.6155	-.7286
เหอเป่ย์					-	.0927	.1569	.1420	-.0184	-.3481
หูหนาน						-	-.4092	-.4476	-.5916	-.9179
เจ้อเจียง							-	.27991	.18269	-.13170
เซียงไฮ้								-	-.21474	-.52914*
ปักกิ่ง									-	-.34416
กวางซี										-

จากตารางที่ 4.70 ผลการเปรียบเทียบรายกลุ่มพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิภานาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 7 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลทลกวางตุ้งกับมลทลยูนนาน คู่ที่ 2 มลทลกวางตุ้งกับมลทลหูเป่ย์ คู่ที่ 3 มลทลกวางตุ้งกับ เหอเป่ย์ คู่ที่ 4 มลทลกวางตุ้งกับหูหนาน คู่ที่ 5 มลทลกวางตุ้งกับเจ้อเจียง คู่ที่ 6 มลทลกวางตุ้งกับเซียงไฮ้ และคู่ที่ 7 เซียงไฮ้กับกวางซี

ตารางที่ 4.71 ผลการทดสอบสมมติฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ	ชาย	4.32	.500	-804	.422	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.36	.562			
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ	21 – 30 ปี	4.33	.585	1.772	.134	ไม่แตกต่าง
	31 – 40 ปี	4.41	.542			
	41 – 50 ปี	4.42	.525			
	51 ปีขึ้นไป	4.27	.517			

ตารางที่ 4.71 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.31	.559	1.697	.185	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.41	.517			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.28	.524			
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	4.25	.498	2.178	.056	ไม่แตกต่าง
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.39	.544			
	พนักงานธุรกิจเอกชน	4.45	.519			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	4.22	.456			
	เกษตรกร	4.23	.662			
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว	4.35	.486			
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	4.29	.543	2.091	.101	ไม่แตกต่าง
	2,001 – 5,000 หยวน	4.30	.527			
	5,001 – 10,000 หยวน	4.44	.507			
	10,001 หยวน ขึ้นไป	4.44	.633			
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	4.31	.456	.495	.780	ไม่แตกต่าง
	คู่สมรส (ไม่มีบุตร)	4.32	.527			
	คู่สมรสและบุตร	4.41	.495			
	ญาติ	4.37	.491			
	คนรัก (แฟน)	4.25	.761			
	เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน	4.32	.623			
จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	มาครั้งแรก	4.34	.539	.174	.840	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.27	.658			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.34	.492			
จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย	ไม่เกิน 5 วัน	4.38	.509	.284	.753	ไม่แตกต่าง
	6 วัน	4.34	.551			
	7 วัน	4.44	.463			
จำนวนครั้งที่มาพัทยา	มาครั้งแรก	4.34	.540	.345	.708	ไม่แตกต่าง
	มาครั้งที่ 2	4.46	.660			
	มามากกว่า 2 ครั้ง	4.31	.501			

ตารางที่ 4.71 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		ความพึงพอใจด้านการให้บริการ				
		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
จำนวนวันที่ พักในเมือง พัทยา	2 วัน	4.45	.516	21.465	.000**	แตกต่าง
	3 วัน	4.11	.526			
	มากกว่า 3 วัน	4.52	.479			
ค่าใช้จ่าย อื่นๆ นอกเหนือจาก ค่าทัวร์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน	4.11	.701	1.347	.235	ไม่แตกต่าง
	501 – 1,000 หยวน	4.27	.642			
	1,001 – 2,000 หยวน	4.31	.562			
	2,001 – 3,000 หยวน	4.37	.539			
	3,001 – 4,000 หยวน	4.40	.467			
	4,001 – 5,000 หยวน	4.19	.638			
	มากกว่า 5,000 หยวน	4.45	.453			
ภูมิภาค/ ภูมิสำเนา	มลฑลทางตู่้ง	4.42	.547	3.192	.001**	แตกต่าง
	มลฑลยูนนาน	4.40	.419			
	มลฑลเจียงซี	4.15	.707			
	มลฑลหูเป่ย์	4.09	.513			
	มลฑลเหอเป่ย์	4.01	.346			
	มลฑลหูหนาน	4.33	.534			
	มลฑลเจ้อเจียง	3.90	.271			
	เซี่ยงไฮ้	4.09	.371			
	ปักกิ่ง	4.21	.447			
	กวางซี	4.23	.619			

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.71 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์

มีค่า Sig. เท่ากับ .422 .134 .185 .056 .101 .780 .840 .753 .708 .235 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ ในด้านการให้บริการแตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ภูมิภาค/ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.72 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา

จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
2 วัน	-	.34785*	-.06714
3 วัน		-	.41499*
มากกว่า 3 วัน			-

จากตารางที่ 4.72 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงจำนวนวันที่พักในเมืองพัทยาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 2 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 2 วัน กับ 3 วัน และ คู่ที่ 2 3 วัน กับ มากกว่า 3 วัน

ตารางที่ 4.73 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัตยาด้านการให้บริการ จำแนกช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนา

ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา	กวางตุ้ง	ยูนนาน	เจียงซี	หูเป่ย์	เหอเป่ย์	หูหนาน	เจ้อเจียง	เซี่ยงไฮ้	ปักกิ่ง	กวางซี
กวางตุ้ง	-	.02206	.26822	.32976*	.40778*	.08873	.52206*	.33318*	.20540	.18570
ยูนนาน		-	.24615	.30769	.38571*	.06667	.50000*	.31111	.18333	.16364
เจียงซี			-	.06154	.13956	-.17949	.25385	.06496	-.06282	-.08252
หูเป่ย์				-	.07802	-.24103	.19231	.00342	-.12436	-.14406
เหอเป่ย์					-	-.2179	.1873	.0802	-.1013	-.1341
หูหนาน						-	.0806	-.0464	-.2140	-.2439
เจ้อเจียง							-	-.3137	-.4793	-.5087
เซี่ยงไฮ้								-	-.5408	-.5703
ปักกิ่ง									-	-.22208
กวางซี										-

จากตารางที่ 4.73 ผลการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงภูมิภาค/ภูมิลำเนาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัตยาด้านการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า 6 คู่ ที่แตกต่างกันได้แก่ คู่ที่ 1 มลฑลกวางตุ้งกับมลฑลหูเป่ย์ คู่ที่ 2 มลฑลกวางตุ้งกับเหอเป่ย์ คู่ที่ 3 มลฑลกวางตุ้งกับเจ้อเจียง คู่ที่ 4 มลฑลกวางตุ้งกับเซี่ยงไฮ้ คู่ที่ 5 มลฑलयูนนานกับเหอเป่ย์ และคู่ที่ 6 มลฑलयูนนานกับเจ้อเจียง

ตารางที่ 4.74 ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัตยา

การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจ	ผลต่างของ ค่าเฉลี่ย	t	d.f.	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านทั่วไปของเมืองพัตยา	.58094	13.282	399	.000**	แตกต่าง
ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	.65312	14.196	399	.000**	แตกต่าง
ด้านอาหาร	.63350	13.575	399	.000**	แตกต่าง
ด้านที่พักแรม	.43821	11.854	399	.000**	แตกต่าง
ด้านความปลอดภัย	.41125	11.239	399	.000**	แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	-.02400	-.813	399	.417	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ. ** ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.01

จากตารางที่ 4.74 ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจ ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการให้บริการ พบว่า ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวกับคณะทัวร์ในเมืองพัทยารู้สึกว่าไม่ประทับใจในหลายด้าน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคณะทัวร์ (Group Tour) ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของทาโรยามาเน (Taro Yamane, 1967) จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา 1,200,000 คน ในปี 2556 (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2557) เนื่องจากการศึกษามีทั้งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ดังนั้นเพื่อให้มีความตรงประเด็นในการศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลไว้ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเรียบร้อยแล้ว โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองช่วงจะเป็นนักท่องเที่ยวคนเดิม เนื้อหาทั้ง 2 ส่วนมีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการ

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปและใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วได้ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยมีการทดสอบหาค่าความแตกต่างแบบ t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ใช้ IPA (Importance-Performance Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีด้วย (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรม LISREL ผลการศึกษาที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา สามารถสรุปผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 267 คน และเพศชาย จำนวน 133 คน

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 138 คน รองลงมาคือ 21 - 30 ปี จำนวน 90 คน และ 31 - 40 ปี จำนวน 88 คน

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 218 คน รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 143 คน และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร จำนวน 138 คน รองลงมาคือพนักงานธุรกิจเอกชน จำนวน 102 คน และพนักงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 96 คน

รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2,001 – 5,000 หยวน จำนวน 176 คน รองลงมาคือ ช่วง 5,001 – 10,000 หยวน จำนวน 93 คน และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน จำนวน 82 คน

ผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่มาพร้อมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน จำนวน 99 คน รองลงมาคือ คู่สมรส(ไม่มีบุตร) จำนวน 88 คน และมาคนเดียว จำนวน 86 คน

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 372 คน รองลงมาคือ มาครั้งที่ 2 จำนวน 15 คน และมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 13 คน

จำนวนวันที่พักทั้งหมดในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่พัก 6 วัน จำนวน 331 คน รองลงมาคือ พักไม่เกิน 5 วัน จำนวน 58 คน และพัก 7 วัน จำนวน 11 คน

จำนวนครั้งที่มาเที่ยวพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 370 คน รองลงมาคือ มากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 17 คน และมาครั้งที่ 2 จำนวน 13 คน

จำนวนวันที่พักในพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่พัก 2 วัน จำนวน 230 คน รองลงมาคือ พัก 3 วัน จำนวน 132 คน และพักมากกว่า 3 วัน จำนวน 38 คน

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 1,001- 2000 หยวน จำนวน 115 คน รองลงมาคือ 2,001 – 3,000 หยวน จำนวน 86 คน และ 3,001 – 4,000 หยวน จำนวน 72 คน

ภูมิภาค/ภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่มาจากมณฑลกวางตุ้ง จำนวน 281 คน รองลงมาคือ เชียงไฮ้ จำนวน 18 คน มณฑลยูนนาน จำนวน 16 คน

5.1.2 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวพญา

ตารางที่ 5.1 ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวพญา

	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1. ปัจจัยด้านทั่วไปของเมืองพญา	4.02	3.42
2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	3.38
3. ปัจจัยด้านอาหาร	3.94	3.30
4. ปัจจัยด้านที่พักแรม	4.23	3.79
5. ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.43	4.02
6. ปัจจัยด้านการให้บริการ	4.32	4.35

หมายเหตุ. ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.40-4.19 หมายถึง มาก 2.60-3.39 หมายถึง ปานกลาง 1.80-2.59 หมายถึง น้อย 1.00-1.79 หมายถึง น้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยรวมหลังจากที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพญา อยู่ในระดับมาก คือพึงพอใจกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเมืองพญาในครั้งนี้ โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวพญาอีก และโอกาสที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวพญา ตามลำดับ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ต่อการท่องเที่ยวเมืองพญา โดยใช้ IPA พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับสูงอยู่ 2 ประเด็น ในขณะที่เดียวกันก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านอาหาร

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลอิทธิพลของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเมืองพญา พบว่า ทุกตัวบ่งชี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบแห่งความพึงพอใจ พบว่า ด้านอาหาร มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือด้านความปลอดภัย

ด้านที่พักแรม ด้านการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านทั่วไปของเมืองพัทยา โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.76, 0.64, 0.58, 0.52 และ 0.36 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า

ความคาดหวังด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ และ ภูมิภาค/ภูมิลำเนา แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับทฤษฎีของ Vroom (1970) ได้ อธิบายว่าความคาดหวังจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลในความต้องการ ความปรารถนา เป้าหมาย และสอดคล้องกับ พาราสุรามานและแบรี (1990) ที่ว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น ความต้องการของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ในอดีต ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ และราคา

ส่วนความพึงพอใจด้านทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ อาชีพ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และ ภูมิภาค/ภูมิลำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุวัจชัย เสมมา (2550) ที่ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญกับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพัทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า อายุและอาชีพ และสอดคล้องกับ Koller (2003) ที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละบุคคล จะส่งผลต่อความคิดเห็นทัศนคติ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ แต่ขัดแย้งกับ อาริตา จินดา (2552) ที่ว่า เพศที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจในการได้รับการบริการจากโรงแรม เรื่องสรว่ายน้ำของโรงแรม บริเวณโรงแรมติดทะเล และมีชายหาดส่วนตัวที่ให้ความสงบในการพักผ่อนที่แตกต่างกัน

ความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ และภูมิภาค/

ส่วนความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัตยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ อาชีพ จำนวนวันที่พักในเมืองพัตยา และภูมิภาค/ภูมิลำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความพึงพอใจด้านอาหาร พบว่าเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุ อาชีพ จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิลำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความพึงพอใจด้านที่พักแรม พบว่าเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิลำเนา

แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังด้านความปลอดภัย พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ และภูมิภาค/ภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ และจำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความพึงพอใจด้านความปลอดภัย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความคาดหวังด้านการให้บริการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความพึงพอใจด้านการให้บริการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย จำนวนวันทั้งหมดที่พักในประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาพัทยา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ จำนวนวันที่พักในเมืองพัทยา และภูมิภาค/ภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจ ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหาร ด้านที่พักแรม ด้านความปลอดภัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการให้บริการ พบว่า ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แสดงว่า

นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะไม่ประทับใจในหลายด้าน จัดแข่งกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดี พบว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจ ด้านอาหาร มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ด้านที่พักแรม ด้านการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และด้านทั่วไปของเมืองพัทยา สำหรับส่วนขององค์ประกอบความภักดี พบว่า โอกาสกลับมาเยือนพัทยาก็มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ โอกาสแนะนำผู้อื่น ในส่วนของอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความจงรักภักดี มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.91 และมีค่าเป็นบวก แสดงว่า หากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงก็จะส่งผลต่อความภักดีสูงขึ้น ตามไปด้วย สอดคล้องกับ Oliver (1990) กล่าวว่าความจงรักภักดีคือข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำ หรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ซึ่งลักษณะการซื้อจะซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมหรือชุดของตราสินค้าเดิม การเปลี่ยนพฤติกรรมนี้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบและศักยภาพของความพยายามทางการตลาด

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้ IPA ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ในขณะที่เดียวกันก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน มีอยู่ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านอาหาร

ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง อยู่ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ 2) ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ ในขณะเดียวกันก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจแก้ไข ปรับปรุงเรื่องขยะ เช่น ถังขยะตามที่สาธารณะและตามแหล่งท่องเที่ยวควรมีเพียงพอ

ด้านอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังในประเด็นดังกล่าวในระดับสูง ทั้งหมด 5 ประเด็น ได้แก่ 1) มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน 2) อาหารรสชาติอร่อย 3) อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย 4) สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย 5) ราคาอาหารเหมาะสม ในขณะเดียวกันก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าวเช่นกัน ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วน เช่น ควรมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร

และตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารเป็นระยะ ตามร้านอาหารหรือแหล่งท่องเที่ยว
ควรมีการติดป้ายแสดงราคาด้วย

ส่วนด้านทั่วไปของเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับสูง อยู่ 2
ประเด็น ได้แก่ 1) การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว 2) อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณ
ตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็ไม่พึงพอใจในประเด็นดังกล่าว
เช่นกัน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจแก้ไขระบบการจราจรให้มีประสิทธิภาพ
และปรับปรุงสิ่งปลูกสร้างและอาคารให้มีความเป็นระเบียบสวยงาม เพื่อจะทำให้แหล่งท่องเที่ยว
สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อเสนอแนะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่มีต่อเมืองพัทยา
ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ เช่น ระบบการจราจรที่มี
ประสิทธิภาพ ความสะอาดของถนนหนทาง อาหาร และห้องน้ำสาธารณะ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1) ในการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาในหัวข้อเดียวกันนี้กับ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น
ภูเก็ต เกาะสมุย

2) ในการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาในหัวข้อเดียวกันนี้กับ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เปรียบเทียบกับชาวยุโรป และ ญี่ปุ่น โดย
เปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ภูเก็ต เกาะสมุย



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ*. สืบค้น จาก

<http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/222/91> และ จำนวนและรายได้จาก

นักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2553 – 2556. สืบค้น จาก

<http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/222/91>

กรรวิ กันเงิน. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร). สืบค้น จาก

http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Kornravee_Kanngoan/Fulltext.pdf

กวิน วงศ์ดีดี, สกฤตจรรยาแจ่มสิทธิ์, และโอปอ พงษ์พานิช สุรารักษ์. (2554). *ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง*. วารสารวิจัยและพัฒนา. สืบค้น จาก

<http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/448/1/010-54.pdf>

จุฑามาศ อ่วมประดิษฐ์. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (รายงานวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). สืบค้น

จาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2555/Exer2555_no36

ชีวไปไหน. *จุดชมวิวยะย่องพระตำหนัก*. สืบค้น จาก <http://www.chillpainai.com/travel/110/จุดชมวิวยะย่องพระตำหนัก>

เชียง เกาซิด. (2554). *สมรรถนะและคุณภาพบัณฑิตเศรษฐศาสตร์ในทัศนะของนายจ้าง* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ตลาดน้ำ ๔ ภาค(พัทยา). *ตลาดน้ำ ๔ ภาค*. สืบค้น จาก

<http://www.pattayafloatingmarket.com/index.php?p=aboutus.php>

ทวีป ศิริรัสมิ์, มนต์ ชัยสวัสดิ์, ภิรมย์ จันทาวร และ ศุภกร ลีมคุณธรรมโม. (2553). การเพิ่มศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการนานาชาติของกรุงเทพฯ ด้วยการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะกับสิงคโปร์และฮ่องกง (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย: ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ. (2556).

นักท่องเที่ยวจีน...กำลังซื้อสำคัญของโลก. สืบค้น จาก

<http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/42554.pdf>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556). ภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2556. สืบค้น จาก

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/AnnualReport/Annual_Y56_T.pdf

นาฬิกา เดิดขุนทด, และสิริพร ทิวะสิงห์. (2552). ความคาดหวังความพึงพอใจและปัญหาของนักศึกษาที่มีต่อการบริการของหอสมุดกลาง สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยขอนแก่นปีการศึกษา 2551. (รายงานผลการวิจัย) สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นาวิน วิไลเลิศ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฝอยลมจังหวัดอุดรธานี. สารนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้น จาก

http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Nawin_V.pdf

นิลเส็น คอมปะนี. (ม.ป.ป.). โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิงรุกในการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับ 4 ตลาดในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไต้หวัน).

สืบค้น จาก http://dric.nrct.go.th/bookdetail.php?book_id=254504

น้ำฝน จันทน์นวล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 6(2). สืบค้น จาก

http://journal.sct.ac.th/documents/journal62_7.pdf

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, (2557). เศรษฐกิจภูมิภาค. สืบค้น จาก

http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1412570114

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.

ปาริชาติ หัตถะแสน. (2549). ความคาดหวังและการรับรู้จริงของผู้ซื้อที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรร
ของบริษัทเอ็นซีเฮาส์ซึ่งจำกัด (มหาชน) (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ผู้จัดการออนไลน์. (2557). “กรุงเทพฯ” คว่ำแชมป์ เมืองในไทยที่ต่างชาตินิยมเที่ยวที่สุด. สืบค้น จาก

<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000074094>

พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตดงลิง
จังหวัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) สาขาวิชาการจัดการ
การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
กรุงเทพมหานคร. สืบค้น จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/145535.pdf>

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์. (2530). พฤติกรรมองค์กรและการบริหาร. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2538). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ (หน่วยที่ 8-
15) สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปากเกร็ด นนทบุรี: แสง
จันทร์.

มติชนออนไลน์, เส้นทางเศรษฐกิจ. (2556). ยกระดับ “พัทยา-เกาะล้าน” เป็นฮับการท่องเที่ยวแห่ง
อาเซียน. สืบค้น จาก

http://www.sentangsedtee.com/news_detail.php?rich_id=621§ion=1&column_id=1

มหาวิทยาลัยบูรพา. (ม.ป.ป.). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจรรักษ์กักตุนต่อการบริการ. สืบค้น

จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Ex-23-Bkk/51721730/ch2.pdf>

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2555). ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปีการศึกษา 2555 (รายงานการวิจัยกองแผนงานสำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม). สืบค้น จาก

http://www.kpi.msu.ac.th/upload/ag_tor_ref_byqty/ag_3_in_1.4.3_6_7%282555%29.pdf

- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณัน ศรีจิรกาล, และศราวุธ เปรมใจ. (2552). *ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงบวกรเมืองพัทยา* (เอกสารการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่47) สาขาสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์). สืบค้น จาก <http://kucon.lib.ku.ac.th/Fulltext/KC4716004.pdf>
- วิกิพีเดีย. *เกาะล้าน*. สืบค้น จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เกาะล้าน> และ *ภาพธงชาติจีน*. สืบค้น จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/ธงชาติจีน>
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง* (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี). สืบค้น จาก http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/2514/2/Supajit_fulltext.pdf
- ศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับพัทยา. *เกี่ยวกับพัทยา*. สืบค้น จาก <http://www.pattaya.go.th/city-information/เกี่ยวกับพัทยา>
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลทั่วไปสาธารณรัฐประชาชนจีน*. สืบค้น จาก <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/index.php>
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2558). “*ช้อป แชร์ และเกาะกระแสนิยม*” *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่ควรเรียนรู้ เพื่อสร้างรายได้*. สืบค้น จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/businessopportunity/detail.php?SECTION_ID=650&ID=15714
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (2556). *ความสัมพันธ์ไทย-จีน*. สืบค้น จาก <http://www.thaiembbeij.org/thaiembbeij/th/republic-of-china/thai-relations-china/>
- สถานีนักท่องเที่ยว. (2557). *สถานีนักท่องเที่ยว*. สืบค้น จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276>

- สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี). สืบค้น จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/1151/132511.pdf?sequence=1>
- สุภูมิ เฉลยทรัพย์. (2552). *ความคาดหวังของคนกรุงเทพฯ ต่อบทบาทและหน้าที่ของมหาวิทยาลัย* (รายงานผลการวิจัย) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตกรุงเทพฯ. สืบค้น จาก http://www2.dusit.ac.th/sdu/epublication/pdfContent/pdf_00106.pdf
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). *การจัดการตลาด*. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- สุวัจชัย เสมา. (2550). *ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแพและบางแสน: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย* (การศึกษานโยบายพิเศษตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานท้องถิ่น วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา). สืบค้น จาก <http://tea.gspa-buu.net/library/is/mpa47/47936333.pdf>
- เสาวรส ประทุมสุวรรณ. (2556). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี* (รายงานผลการวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). สืบค้น จาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2556/Exer2556_no215
- อาริตา จินดา. (2552). *ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). สืบค้น จาก http://dspace2.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/534/1/Arrita_jind.pdf
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีการวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2537). *การวิจัยเทคโนโลยีการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- Alcazarthailand.com. *อัลคาซาร์ คาบาเรต์ พัทยา*. สืบค้น จาก <http://www.alcazarthailand.com/th/site/index>

Holidaythai.com. 15 แหล่งท่องเที่ยวในพัทยาและสถานที่ใกล้เคียงยอดนิยม. มิโมซ่า (Mimosa pattaya). สืบค้น จาก

<http://www.holidaythai.com/15แหล่งท่องเที่ยวในพัทยาและสถานที่ใกล้เคียงยอดนิยม>.
htm

Minisiam.com. เมืองจำลอง (Mini Siam). สืบค้น จาก

http://www.minisiam.com/about_us_th.html

Oknation.net. ภาพสกุลเงินของจีน. สืบค้น จาก

http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/326/2326/images/yuanzone/yuan004.JPG

Paiduaykan.com. สวนนงนุช พัทยา. สืบค้น จาก

<http://www.paiduaykan.com/province/east/chonburi/nongnochgarden.html>

Pattayaconcierge. พัทยา Walking Street. สืบค้น จาก

<http://www.pattayaconcierge.com/th/information/pattaya-nightlife/pattaya-walking-street.php>

Pattaya City. บ้านสุขาวดี โรงอุโมงค์ทะเล เขาชะงู. สืบค้น จาก

<http://www.pattaya.go.th/category/experiences/tourist-attraction/> และ แผนที่เมือง
พัทยา. สืบค้น จาก <http://www.pattaya.go.th/city-information/> เกี่ยวกับพัทยา/แผนที่
เมืองพัทยา-2/

Photoontour.com. แผนที่เขตการปกครองของจีน. สืบค้น จาก

http://www.photoontour.com/Images/outbound/guilin/data/china_map.jpg

Ripleysthailand. พิพิธภัณฑ์ ระเบิด. สืบค้น จาก

<http://www.ripleysthailand.com/th/index.php?p=profile>

Thongteaw.com. ทิฟฟานี โชว์ พัทยา (Tiffany's Show Pattaya). สืบค้น จาก

http://www.thongteaw.com/Tour/Tiffany%E2%80%99s_Show_Pattaya.html

Tourtooktee.com. แผนที่สาธารณรัฐประชาชนจีน. สืบค้น จาก

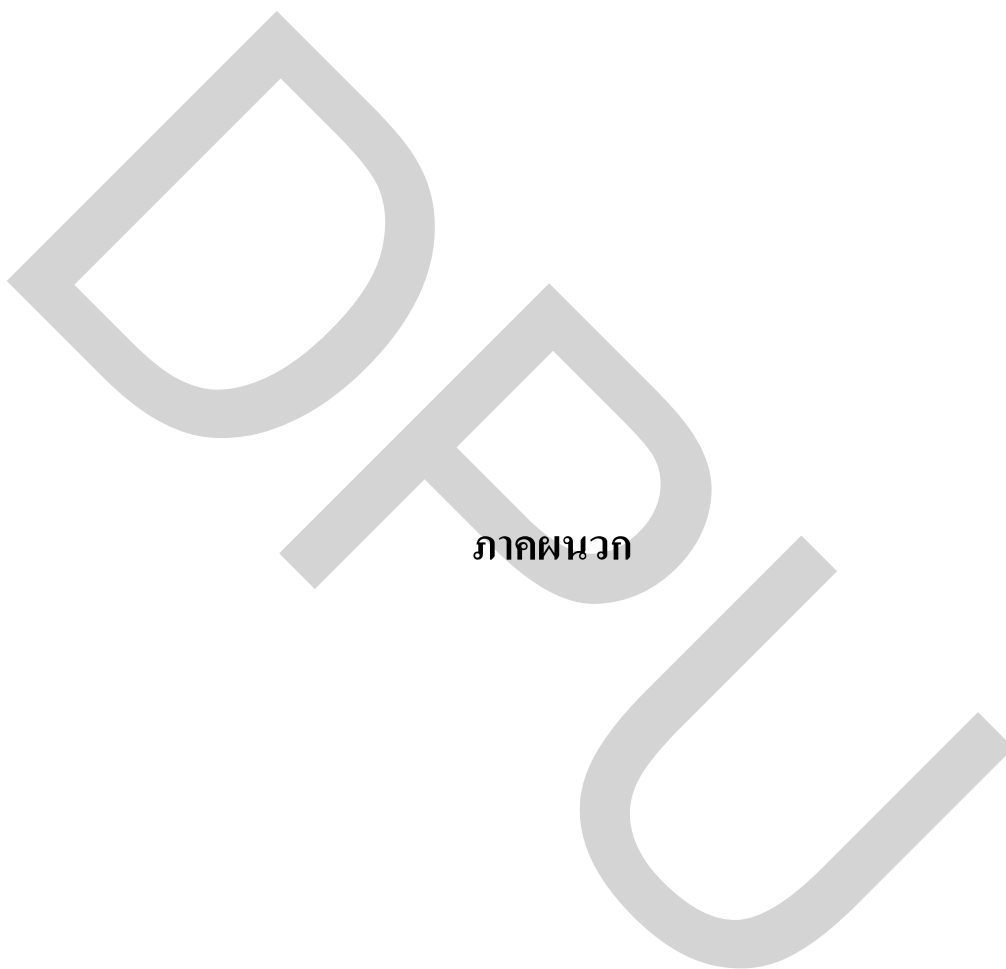
http://www.tourtooktee.com/info_topic.asp?nID=636

Yamane Taro. (1967). การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane. สืบค้น จาก

<http://hpe4.anamai.moph.go.th/Surveillance/data/yamane.pdf>

ภาษาต่างประเทศ

Heung, V. C. S., & Qu, H. (2000) Hong Kong as a travel destination: an analysis of Japanese tourists' satisfaction levels, and the likelihood of them recommending Hong Kong to others. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1/2), 57-80.



ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อ
ความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการนำไปวางแผน ปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาแล้ว

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาเรียบร้อยแล้ว

ตอนที่ 5 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ ท่านจะไม่มีผลกระทบใด ๆ เกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างมาก ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ขอให้ท่านมีความสุขและเพลิดเพลินในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือ

ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันท์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือก เพียงคำตอบเดียว หรือเติมคำลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ☐ 2) 21 – 30 ปี
☐ 3) 31 – 40 ปี ☐ 4) 41 – 50 ปี
☐ 5) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาตรี
☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 3) พนักงานธุรกิจเอกชน ☐ 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ
☐ 5) เกษตรกร ☐ 6) ไม่ได้ประกอบอาชีพ/เกษียณอายุแล้ว

5. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน ☐ 2) 2,001 – 5,000 หยวน
☐ 3) 5,001 – 10,000 หยวน ☐ 4) 10,001 หยวน ขึ้นไป

6. ผู้ร่วมเดินทาง

- ☐ 1) คนเดียว ☐ 2) คู่สมรส (ไม่มีบุตร)
☐ 3) คู่สมรสและบุตร ☐ 4) ลูก
☐ 5) คนรัก (แฟน) ☐ 6) เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน

7. ท่านมาท่องเที่ยวในประเทศไทยกี่ครั้งแล้ว

- ☐ 1) มากครั้งแรก ☐ 2) มากกว่า 2 ครั้ง
☐ 3) มากกว่า 2 ครั้ง

8. จำนวนวันพักทั้งหมดในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านในครั้งนี้

- ☐ 1) ไม่เกิน 5 วัน ☐ 2) 6 วัน
☐ 3) 7 วัน ☐ 4) 8 วันขึ้นไป

9. ท่านมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยากี่ครั้งแล้ว

- ☐ 1) มาครั้งแรก ☐ 2) มาครั้งที่ 2
- ☐ 3) มากกว่า 2 ครั้ง

10. จำนวนวันที่ท่านพักในเมืองพัทยา

- ☐ 1) 2 วัน ☐ 2) 3 วัน
- ☐ 3) มากกว่า 3 วัน

11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าทัวร์ในขณะที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา (ที่ไม่อยู่ในแพคเกจทัวร์และค่าเดินทาง)

- ☐ 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 หยวน ☐ 2) 501 - 1,000 หยวน
- ☐ 3) 1,001 - 2,000 หยวน ☐ 4) 2,001 - 3,000 หยวน
- ☐ 5) 3,001 - 4,000 หยวน ☐ 6) 4,001 - 5,000 หยวน
- ☐ 7) มากกว่า 5,000 หยวน

12. ภูมิภาค/ภูมิภาค

ท่านเดินทางมาจากภูมิภาค/จังหวัดใดในประเทศจีน (โปรดระบุ)

.....

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความคาดหวังของท่านต่อเมืองพัทยา

13. ท่านให้ความสำคัญต่อบ้างจัยเหล่านี้ในเมืองพัทยามากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	5 สำคัญมากที่สุด	4 สำคัญ	3 ไม่แน่ใจ	2 สำคัญค่อนข้างน้อย	1 สำคัญน้อย
ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา					
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย					
2. กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ					
3. สถานบันเทิงยามค่ำคึกคักมีความหลากหลาย					
4. ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง					
5. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร					
6. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม					
7. การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว					
8. อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยามีความเป็นระเบียบ					
ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว					
9. น้ำทะเลมีความใสสะอาด					
10. บริเวณชายหาดมีความสะอาด					
11. ชายหาดมีความเป็นระเบียบ					
12. ความเป็นธรรมชาติของชายหาด					
13. ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล					
14. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน					
15. มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ					
16. ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ					

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยว
ในเมืองพัทยา (ต่อ)

13. ท่านให้ความสำคัญต่อบ้างจ้ยเหล่านี้ในเมืองพัทยามากน้อย เพียงใด(ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	5 สำคัญมากที่สุด	4 สำคัญ	3 ไม่แน่ใจ	2 สำคัญค่อนข้างน้อย	1 สำคัญน้อย
ด้านอาหาร					
17. มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน					
18. อาหารรสชาติอร่อย					
19. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย					
20. สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย					
21. ราคาอาหารเหมาะสม					
ด้านที่พักแรม					
22. โรงแรมมีความสวยงาม					
23. สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน					
24. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ					
25. พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี					
26. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐาน ของโรงแรม					
27. ความสะอาดภายในห้องพัก					
28. ที่พักแรมราคาเหมาะสม					

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ ก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยว
ในเมืองพัทยา (ต่อ)

13. ท่านให้ความสำคัญต่อบ้างจยเหล่านี้ในเมืองพัทยามากน้อย เพียงใด(ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	5 สำคัญมากที่สุด	4 สำคัญ	3 ไม่แน่ใจ	2 สำคัญค่อนข้างน้อย	1 สำคัญน้อย
ด้านความปลอดภัย					
29. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
30. สถานที่พักผ่อนมีความปลอดภัย					
31. การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย					
32. การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย					
33. พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย					
34. พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย					
ด้านการให้บริการ					
35. การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์					
36. มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง					
37. มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน					
38. มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร					
39. มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเรียบร้อยแล้ว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

14. ท่านพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาน้อยเพียงใด ในหัวข้อต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
	5 พึงพอใจอย่างยิ่ง	4 พึงพอใจ	3 ไม่แน่ใจ	2 พึงพอใจค่อนข้างน้อย	1 ไม่พึงพอใจ
ด้านทั่วไปของเมืองพัทยา					
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย					
2. กิจกรรมในแหล่งบันเทิงยามราตรีมีความน่าสนใจ					
3. สถานบันเทิงยามค่ำมีความหลากหลาย					
4. ความหลากหลายของสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง					
5. คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร					
6. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม					
7. การจราจรในเมืองพัทยานี้น่าพอใจ					
8. อาคารและสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตัวเมืองพัทยานี้น่าพอใจ					
ด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว					
9. น้ำทะเลมีความใสสะอาด					
10. บริเวณชายหาดมีความสะอาด					
11. ชายหาดมีความเป็นระเบียบ					
12. ความเป็นธรรมชาติของชายหาด					
13. ความสวยงามของหาดทราย ชายทะเล					
14. บรรยากาศเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน					
15. มีการจัดการด้านขยะและน้ำเสียเป็นที่น่าพึงพอใจ					
16. ชายหาดมีความโดดเด่นแตกต่างจากชายหาดอื่นๆ					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากเดินทางท่องเที่ยว
ในเมืองพัทยาเรียบร้อยแล้ว (ต่อ)

14. ท่านพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาน้อยเพียงใด ใน หัวข้อต่อไปนี้ (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	5 พึงพอใจอย่างยิ่ง	4 พึงพอใจ	3 ไม่แน่ใจ	2 พึงพอใจค่อนข้างน้อย	1 ไม่พึงพอใจ
ด้านอาหาร					
17. มีอาหารหลากหลายให้เลือกรับประทาน					
18. อาหารรสชาติอร่อย					
19. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัย					
20. สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย					
21. ราคาอาหารเหมาะสม					
ด้านที่พักแรม					
22. โรงแรมมีความสวยงาม					
23. สิ่งแวดล้อมบริเวณที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน					
24. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ					
25. พนักงานมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี					
26. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีครบตามมาตรฐาน ของโรงแรม					
27. ความสะอาดภายในห้องพัก					
28. ที่พักแรมราคาเหมาะสม					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเรียบร้อยแล้ว (ต่อ)

14. ท่านพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยามากน้อยเพียงใด ในหัวข้อต่อไปนี้ (ต่อ)	ระดับความคิดเห็น				
	5 พึงพอใจอย่างยิ่ง	4 พึงพอใจ	3 ไม่แน่ใจ	2 พึงพอใจค่อนข้างน้อย	1 ไม่พึงพอใจ
ด้านความปลอดภัย					
29. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
30. สถานที่พักแรมมีความปลอดภัย					
31. การเดินทางท่องเที่ยวทางเรือมีความปลอดภัย					
32. การเดินทางท่องเที่ยวทางรถบัสมีความปลอดภัย					
33. พนักงานประจำเรือเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย					
34. พนักงานขับรถด้วยความปลอดภัย					
ด้านการให้บริการ					
35. การให้คำแนะนำและการให้บริการของมัคคุเทศก์					
36. มัคคุเทศก์เอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวทั่วถึง					
37. มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน					
38. มัคคุเทศก์มีความเป็นมิตร					
39. มัคคุเทศก์สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ดี					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ หลังจากที่ได้เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยารียบร้อยแล้ว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

15. ความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	ระดับความคิดเห็น				
	5 พึงพอใจมากที่สุด	4 พึงพอใจมาก	3 ไม่แน่ใจ	2 พึงพอใจน้อย	1 ไม่พึงพอใจ
15.1 ท่านพึงพอใจกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้มากน้อยเพียงใด					

	ระดับความคิดเห็น				
	5 เป็นไปได้อย่างยิ่ง	4 เป็นไปได้	3 ไม่แน่ใจ	2 เป็นไปได้น้อย	1 ไม่น่าจะเป็น
15.2 โอกาสที่ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวพัทยากอีก					
15.3 โอกาสที่ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวพัทยา					

ตอนที่ 5 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ข้อเสนอแนะอื่นเกี่ยวกับพัทยา.....

.....

.....

.....

.....

毕业论文问卷调查

主题：赴泰国芭提雅旅行的中国团队游客的期望值和满意度对泰国芭提雅旅游信任度的作用

说明

本调查是泰国博仁大学艺术硕士学位专业论文研究的一部分，目的是研究赴泰国芭提雅旅行的中国团队游客的期望值和满意度对泰国芭提雅旅游信任度的作用，本调查的结论将用于规划、改进、提高和促进芭提雅的旅游，进一步提高游客的满意度。

调查类型分为下列 5 部分

第一部分 受调查者的基本信息

第二部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之前的期望值

第三部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后的满意度

第四部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后，对芭提雅的信任度

第五部分 为芭提雅的旅游提供意见和建议

为了完善调查资料，调查者请您如实回答所有题目，所有调查信息将不会给您带来任何影响，调查者万分感谢您抽出宝贵的时间来协助完成本调查表。

祝您幸福，旅途愉快。

非常感谢您的合作

婵瓦莱

泰国博仁大学旅游管理专业研究生

第一部分 受调查者的基本信息

说明 请根据您的实际情况在 ☐ 内打 ✓（单选）或填写

1. 性别

☐ 3) 男

☐ 4) 女

2. 年龄

☐ 6) 20岁及以下

☐ 7) 21 – 30 岁

☐ 8) 31 – 40 岁

☐ 9) 41 – 50 岁

☐ 10) 51岁以上

3. 学历

☐ 4) 本科学历以下

☐ 5) 本科学历

☐ 6) 本科学历以上

4. 职业

☐ 7) 学生

☐ 8) 公务员/企业工作人员

☐ 9) 私营企业职工

☐ 10) 个体户/老板

☐ 11) 农民

☐ 12) 无业/退休

5. 月收入

☐ 5) 2,000 元及以下

☐ 6) 2,001 – 5,000元

☐ 7) 5,001 – 10,000 元

☐ 8) 10,001 元以上

6. 同伴

☐ 7) 自己

☐ 8) 爱人（无孩子）

☐ 9) 爱人和孩子

☐ 10) 亲戚

☐ 11) 男/女朋友

☐ 12) 朋友或同事

7. 您来泰国旅游的次数

☐ 1) 首次

☐ 2) 第二次

☐ 3) 两次以上

8. 您此次来泰国旅游总共停留的天数

☐ 4) 不超过 5 天

☐ 5) 6天

☐ 6) 7天

☐ 7) 8天以上

9. 您来芭提雅旅游的次数☐ 1) 首次☐ 2) 第二次☐ 3) 两次以上**10. 您在芭提雅停留的天数**☐ 1) 2 天☐ 2) 3天☐ 3) 3天以上**11. 您在芭提雅旅游开支以外的其他费用（不包括报团费用与路费）**☐ 1) 500元及以下☐ 2) 501 - 1,000 元☐ 3) 1,001 - 2,000 元☐ 4) 2,001 - 3,000 元☐ 5) 3,001 - 4,000 元☐ 6) 4,001 - 5,000 元☐ 7) 5,000 元以上**12. 省市/地区**

您来自中国的哪个省市或地区(请注明)

.....

第二部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之前的期望值

说明 请在与您期望值相符的选项内打✓

13. 芭提雅城市在以下各方面对您的重要性	评估标准				
	5 重要性很高	4 重要性较高	3 不确定	2 重要性较低	1 重要性很低
芭提雅城市的基本情况					
1. 可选择旅游项目的多样性					
2. 夜间娱乐活动的趣味性					
3. 夜间娱乐场所的多样性					
4. 商品及购物中心的多样性					
5. 本地人的热情好客					
6. 商品价格及服务的合适度					
7. 芭提雅市的道路畅通					
8. 芭提雅的城市建设规划统一					
旅游景点的环境					
9. 海水干净清洁					
10. 海滩干净					
11. 海滩规划统一					
12. 海滩的自然风貌					
13. 海边沙滩的美化					
14. 环境安静适合休闲					
15. 对污水及垃圾管理的满意度					
16. 有与众不同的海滩风貌					

第二部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之前的期望值（续）

13. 芭提雅城市在以下各方面对您重要性（续）	评估标准				
	5 重要性很高	4 重要性较高	3 不确定	2 重要性较低	1 重要性很低
食品方面					
17.可供选择餐饮的多样性					
18. 食物美味可口					
19. 食物新鲜、安全卫生					
20. 获取食物方便、快捷					
21. 餐饮价格合理					
住宿方面					
22. 酒店优美					
23. 住宿环境适合休闲					
24. 员工工作效率高					
25. 员工热情、友好					
26. 酒店客房设施完善、标准					
27. 客房整洁					
28. 客房价格合理					

第二部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之前的期望值（续）

13. 芭提雅城市在以下各方面对您的重要性（续）	评估标准				
	5 重要性很高	4 重要性较高	3 不确定	2 重要性较低	1 重要性很低
安全方面					
29. 旅游景区安全					
30. 住宿安全					
31. 旅游船舶安全					
32. 旅游客车安全					
33. 船舶员工安全意识强					
34. 司机安全驾驶					
服务方面					
35. 导游的服务及介绍					
36. 导游对旅客照顾周到					
37. 导游的工作经验丰富					
38. 导游热情、友好					
39. 导游能很好地与旅客进行交流					

第三部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后的满意度

说明 请在与您满意度相符的选项内打✓

14. 您对芭提雅旅游在下列各项目中的满意度	评估标准				
	5 非常满意	4 满意	3 不确定	2 不太满意	1 不满意
芭提雅城市的基本情况					
1.可选择旅游项目的多样性					
2.夜间娱乐活动的趣味性					
3.夜间娱乐场所的多样性					
4. 商品及购物中心的多样性					
5. 本地人的热情好客					
6. 商品价格及服务的合适度					
7. 芭提雅市的道路畅通					
8. 芭提雅的城市建设规划统一					
旅游景点的环境					
9. 海水干净清洁					
10. 海滩干净					
11. 海滩规划统一					
12. 海滩的自然风貌					
13. 海边沙滩的美化					
14.环境安静适合休闲					
15. 对污水及垃圾管理的满意度					
16.有与众不同的海滩风貌					

第三部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后的满意度（续）

14. 您对芭提雅旅游在下列各项目中的满意度（续）	评估标准				
	5 非常满意	4 满意	3 不确定	2 不太满意	1 不满意
食品方面					
17. 可供选择餐饮的多样性					
18. 食物美味可口					
19. 食物新鲜、安全卫生					
20. 获取食物方便、快捷					
21. 餐饮价格合理					
住宿方面					
22. 酒店优美					
23. 住宿环境适合休闲					
24. 员工工作效率高					
25. 员工热情、友好					
26. 酒店客房设施完善、标准					
27. 客房整洁					
28. 客房价格合理					

第三部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后的满意度（续）

14. 您对芭提雅旅游在下列各项目中的满意度（续）	评估标准				
	5 非常满意	4 满意	3 不确定	2 不太满意	1 不满意
安全方面					
29. 旅游景区安全					
30. 住宿安全					
31. 旅游船舶安全					
32. 旅游客车安全					
33. 船舶员工安全意识强					
34. 司机安全驾驶					
服务方面					
35. 导游的服务及介绍					
36. 导游对旅客照顾周到					
37. 导游的工作经验丰富					
38. 导游热情、友好					
39. 导游能很好地与旅客进行交流					

第四部分 中国团队游客赴芭提雅旅游之后，对芭提雅的信任度

说明 请在与您信任度相符的选项内打✓

15. 您对在芭提雅旅游整体的满意度	评估标准				
	5 非常满意	4 很满意	3 不确定	2 不太满意	1 不满意
15.1 您对此次到芭提雅旅行经历的满意度					

	评估标准				
	5 可能性非常大	4 可能性比较大	3 不确定	2 可能性比较小	1 可能性很小
15.2 您再次来芭提雅旅游的可能性					
15.3 您推荐别人来芭提雅旅游的可能性					

第五部分 请您对芭提雅旅游提供宝贵的意见和建议

对芭提雅的其他建议.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวธัญวลัย ชุติมาวัฒนนันท์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2551 ปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว