



คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ฉวีวรรณ หนูทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

พ.ศ. 2563

คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ฉวีวรรณ หนูทอง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

พ.ศ. 2563

ACCOMMODATION SERVICE QUALITY FOR ECO-TOURISM
IN KHAOSOK NATIONAL PARK IN SURATTHANI PROVINCE

CHAWEEWAN NOOTHONG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of Master of Business Administration
Field in Business Administration
Graduate School
Suratthani Rajabhat University

2020

คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ฉวีวรรณ หนูทอง

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิญาธร นาคพิน) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ คงรุ่งโชค)

.....กรรมการกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิญาธร นาคพิน)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์)

.....กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ ดร.วรรณวิษณีย์ ทองอินทราช)

.....
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ชื่อผู้วิจัย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2562

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สนิทธาร นาคพิน ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ กรรมการ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก 4) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.86 และเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขณะที่สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติทดสอบค่าที สถิติทดสอบเอฟ ชนิดความแปรปรวนทางเดียว และสถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมาเป็นหมู่คณะและครอบครัวส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกและเที่ยวในช่วงไตรมาสแรกของปี โดยใช้บริการรถนำเที่ยว และมีค่าใช้จ่ายโดยรวมในการท่องเที่ยว/ท่าน/วันระหว่าง 2,000 - 2,600 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้ามาเที่ยวเพราะชื่อเสียงของสถานที่ 2) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี (ระดับมากที่สุด) 3) นักท่องเที่ยวโดยรวมต้องการคุณภาพการบริการที่ดีที่สุดในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

ด้านบริการที่พัก ด้านความไว้วางใจในการบริการ และด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ตามลำดับ 4) เชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการในคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เช่นกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการที่พัก นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ABSTRACT

Thesis Title	Accommodation Service Quality for Eco-Tourism in Khaosok National Park in Suratthani Province		
Student's Name	Miss Chaweewan Noothong		
Degree Sought	Master of Business Administration		
Major	Business Administration		
Academic Year	2019		
Thesis Advisors	1. Asst. Prof. Dr. Siyathorn Nakpin	Chairperson	
	2. Assoc. Prof. Sunee Longprasert	Committee	

The objectives of this study were 1) to study the tourism behaviors of tourists, 2) to study the knowledge and understanding about eco-tourism of tourists, 3) to study the accommodation service quality for eco-tourism in Khaosok National Park, 4) to compare the opinions on accommodation service quality for eco-tourism of tourists based on personal factors, and 5) to examine the relationship between knowledge and understanding about eco-tourism and accommodation service quality for eco-tourism of tourists in Khaosok National Park. Questionnaires were used for collecting data as reliability coefficients, examined and a result obtained was 0.86. The sample were 400 eco-tourism tourists of Khaosok National Park in Suratthani Province. The data were analyzed by mean, and standard deviation, while t-test, F-test in terms of One-way ANOVA, and correlation coefficient were used for testing the hypotheses.

The research findings were as follows. Firstly, the majority of the respondents included Thai and foreigners as groups and families who visited Khaosok National Park for the first time and travelling at the first quarter in each year. Most of the respondents used a tour car service and overall of the average expenses per person per day were between 2,000 - 2,600 baht. Likewise, tourists decided to visit the Khaosok National park because the reputation of tourism place. Secondly, those tourists have always had the well understanding on eco-tourism knowledge (Most

important). Thirdly, overall of those tourists needed to obtain the best of accommodation service quality in all aspects whether individual customer care, reliability and confidence in service, accommodation service, trust in service, and willingness and speed of response of employees, respectively. The next result revealed that the differences of those tourists in terms of nationality, gender, age, education, and occupation impacted the different need of those tourists on accommodation service quality in Khaosok National Park at the level of significance .05. Finally, the tourists' understanding on eco-tourism knowledge have exactly had a highly positive correlation with the need of accommodation service quality for eco-tourism in Khaosok National Park in Suratthani at the level of significance .01 as well

Keywords : accommodation service quality, eco-tourists, eco-tourism

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการศึกษาอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิญาธร นาคพิน ประธานกรรมการที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ กรรมการ ที่กรุณาให้คำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ข้าพเจ้าตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ รวมทั้งคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย นายวิโรจน์ โรจนจินดา นายกล้าณรงค์ ยุติธรรม นายสิทธิชัย ไทยเจริญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิศย์ พัทย์สรวงศ์ สุขศรี และ นางศุภาภาณูจน์ ยอดดุน ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะในการปรับแก้เครื่องมือจนสามารถนำไปใช้ได้จริง

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องและเพื่อนที่ให้การกำลังใจ สนับสนุน และช่วยเหลือตลอดเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสมอมา รวมทั้งสถาบันการศึกษาที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้กับข้าพเจ้าเพื่อนำความรู้ไปปรับใช้สังคมในทางที่ถูกต้องและสอนให้เป็นคนดีของสังคมและเหนือสิ่งอื่นใดที่ลืมเสียไม่ได้ก็คือ คำสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่เป็นแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้ามีความอดทน อดกลั้น และใช้สติปัญญาในการไตร่ตรองอย่างรอบคอบและระมัดระวังตลอดมา ข้าพเจ้าขอนมัสการและจะนำไปปฏิบัติต่อไป

ณวีรธร หนูทอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	9
ความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	21
คุณภาพบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	25
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
การสังเคราะห์ตัวแปร.....	65
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	71

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	105
สรุปผล.....	105
อภิปรายผล.....	107
ข้อเสนอแนะ.....	111
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	125
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	131
ภาคผนวก ค ตารางวิเคราะห์เครื่องมือ.....	133
ภาคผนวก ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	145
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	163

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จุดเด่นและจุดด้อยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก.....	13
2.2 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านบริการที่พัก.....	35
2.3 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจในการบริการ.....	38
2.4 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน.....	43
2.5 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ.....	46
2.6 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	50
2.7 การสังเคราะห์ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ.....	65
3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นรายตัวแปรคุณภาพบริการ.....	70
4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	73
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	76
4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	80
4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม 5 ด้าน.....	84
4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบริการที่พัก.....	85
4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความไว้วางใจในการบริการ.....	86
4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน.....	87
4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ.....	88
4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล.....	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 เปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ	90
4.11 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเชื้อชาติ	91
4.12 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ	92
4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอายุ	93
4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง ของพนักงาน จำแนกตามอายุ.....	93
4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล จำแนก ตามอายุ	94
4.16 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	95
4.17 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ	96
4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอาชีพ	97
4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความไว้วางใจในการบริการ จำแนกตาม . อาชีพ	97
4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง ของพนักงาน จำแนกตามอาชีพ.....	98
4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ	99
4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล จำแนกตาม อาชีพ	99
4.23 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	100
4.24 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำแนกตามภูมิลำเนา.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 สรุปผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	102
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี	103

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น และได้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน โดยมีรูปแบบกิจกรรมที่เรียกว่า โฮมสเตย์ (Home Stay) ซึ่งการท่องเที่ยวนี้จะเป็นอย่างมากกว่าการท่องเที่ยวธรรมดาทั่วไป กล่าวคือ นอกจากจะเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยแล้ว ยังเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ตลอดเวลาการเดินทาง อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังเป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น รวมถึงยังช่วยในการปลูกฝังให้นักท่องเที่ยวมีความผูกพันกับธรรมชาติ และเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนสืบต่อไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยที่ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรและกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยึดจุดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติ และเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลักเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลินตื่นเต้น ทำท่าย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีประวัติความเป็นมายาวนานมีหลักฐานการเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรศรีวิชัย ประชากรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งแหล่งโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเนื่องจากมีความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและทรงคุณค่า จัดอยู่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญมีการให้บริการท่องเที่ยวหลายประเภท มีการจัดการบริการบ้านพัก บ้านพักเรือนแถว และค่ายพักแรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมและชื่นชอบกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติเขาสก มีภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นผืนป่าดิบชื้นผืนใหญ่ที่สุดและมีความสำคัญของภาคใต้ มีเนื้อที่ทั้งหมด 738.74 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 461,712.5 ไร่ มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง

อุดมไปด้วยพืชพรรณมากมายหลายชนิด ทั้งพืชพรรณที่หายากและเป็นพืชเฉพาะถิ่น ได้แก่ บัวผุด ปาล์มเจ้าเมืองถลางหรือปาล์มหลังขาวและปาล์มพระราหู นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด โดยเฉพาะพบสัตว์ป่าสงวนถึง 4 ชนิด คือ เก้งหม้อ เลียงผา สมเสร็จ และแมวลายหินอ่อน ประกอบกับสภาพพื้นที่มีทิวทัศน์ที่สวยงาม มีความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติทั้งน้ำตก หน้าผา ถ้ำ และทิวทัศน์เทือกเขาหินปูนที่ตั้งตระหง่านเหนือผืนน้ำอ่างเก็บน้ำเขื่อนรัชชประภา จนได้รับฉายาว่า “กุ้ยหลินเมืองไทย” (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556) ทั้งนี้ จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ มีกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวดังกล่าว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวในตะวันตกมีความหลากหลายมากมายไปกว่าหมู่บ้านเมืองหรือการชมธรรมชาติ เช่น กิจกรรมด้านโบราณคดี การเล่นบอลลูน การท่องอวกาศ การดำน้ำ เป็นต้น ความต้องการในการท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้น จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจ และเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและซับซ้อนขึ้นนั้น เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากร และภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันได้เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มคนโสด เป็นต้น และการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของประชากรโลก อันเป็นผลจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือ โลกในปัจจุบันได้เริ่มก้าวเข้าสู่โลกแห่งสังคมสารสนเทศ (Information society) หรือสังคมในคลื่นลูกที่สาม (the Third Wave) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ประชาชนในแต่ละสังคมมีลักษณะความแตกต่างในการบริโภคแตกต่างกันไปตามความชอบของแต่ละคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

จากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายมากขึ้นนั้น ทำให้ผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวพยายามอย่างเต็มที่ในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันจากคู่แข่งทางการตลาดท่องเที่ยวมากขึ้น จึงได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการ สำหรับการท่องเที่ยวของตนให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสินค้าการท่องเที่ยวของคู่แข่งอื่น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เช่นเดียวกับให้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก ที่พยายามสร้างเอกลักษณ์ของที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยผู้ให้บริการที่พักได้มีความพยายามหาแนวทางที่จะรักษาลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเก่า ตลอดจนเพิ่มปริมาณลูกค้าใหม่ เพื่อให้ลูกค้า

เกิดความประทับใจในคุณภาพบริการ และสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564 ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ในส่วนของการยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและกระจายรายได้ จากการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เชื่อมโยงรวมทั้งชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ในด้านการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี พัทลุง ระนอง ตรัง และสตูล โดยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่หลากหลายและสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเข้มแข็ง รวมทั้งสร้างเครือข่ายให้ท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวรายใหญ่เพื่อเป็นแหล่งสร้างอาชีพใหม่และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการที่พักรับรองสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการที่พัก และด้านอื่น ๆ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ต้องการทราบระดับคุณภาพบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี และต้องการทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับจะทำให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก รวมทั้งสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับผู้ให้บริการที่พักเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารจัดการและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการที่พัก และความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประจำปี 2561 (ระหว่างเดือนตุลาคม 2560 – เดือนกันยายน 2561) จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 154,514 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 253,250 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 407,764 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 250 คน ได้มาจากกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการทํารว้จยในครั้งน้ ระหว่างเดือนมกราคม 2562 - ธันวาคม 2562

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

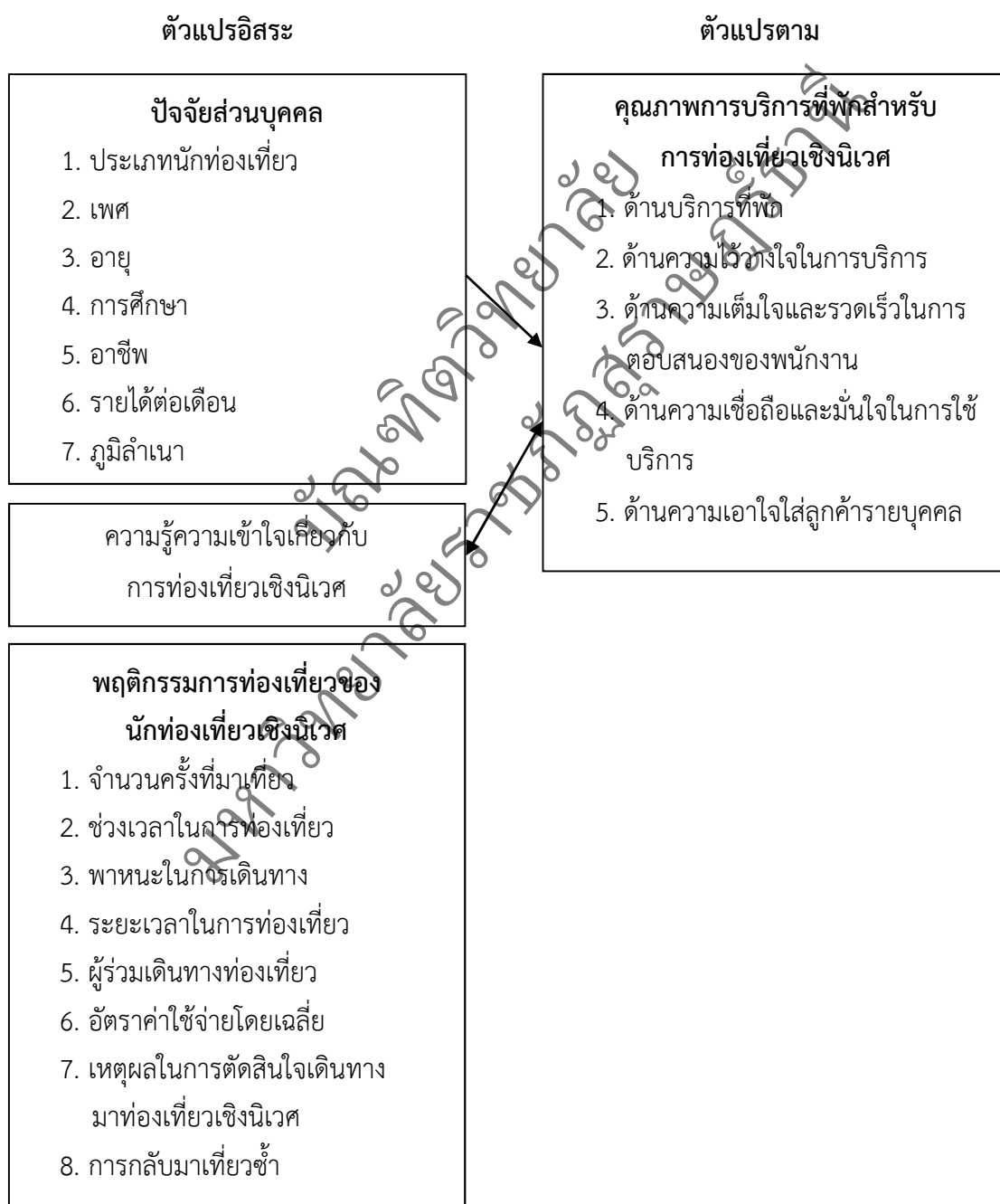
1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ประเภทน้ท่งเทยว เพศ อายุ การศ้กษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และข้อมูลการท่งเทยวท่วไป

1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่งเทยวเซงน้เวศ และพฤติกรรมการท่งเทยวของน้ท่งเทยวเซงน้เวศ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการบร้การที่พ้กสำหรัการท่งเทยวเซงน้เวศ ประกอบด้วย ด้าบการที่พ้ก ด้าบความไว้วางใจในการบร้การ ด้าบความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพ้กงาน ด้าบความเช้อถ้อและม่ั่นใจในการใช้บร้การ และด้าบความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการผู้วิจัยได้นำแบบจำลองการวัดการรับรู้คุณภาพของการบริการ The SERVQUAL Model ตามแนวคิดของ Parazuraman et al. (1985 : 49) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อวัดระดับคุณภาพบริการที่พึงสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ดังกรอบแนวคิดในการวิจัย ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสนใจในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และศึกษาธรรมชาติ พืชพรรณและสัตว์ป่าธรรมชาติ รวมถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ

2. **นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง ผู้ที่เสาะหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเรียนรู้ธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเป็นหลัก เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์เชิงนิเวศและเข้าป่าในที่พักแรมในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. **คุณภาพการบริการที่พักเชิงนิเวศ** หมายถึง การวางแผนการให้บริการที่พักเชิงนิเวศที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันได้ ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้น สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คุณภาพการบริการที่พักเชิงนิเวศ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย

3.1 **ด้านการบริการที่พัก** หมายถึง การบริการที่พักมีความเป็นธรรมชาติ รื่นรมย์ จำนวนที่พักอาศัยมีบริการที่เพียงพอบริเวณโดยรวมมีความสะดวกสบาย ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/โทรศัพท์สาธารณะ/สุขา) ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวมีการกำหนดระเบียบและวิธีการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว ในระหว่างเข้ามาท่องเที่ยวมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะและการดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณที่พักได้อย่างเหมาะสม และที่พักค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พักประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

3.2 **ด้านความไว้วางใจในการบริการ** หมายถึง มีการจัดบริการด้านกิจกรรมเจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพักอาศัยร้านอาหารและ

เครื่องดื่มมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย ที่พักมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (การล่องแก่งการเดินป่า)

3.3 ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน หมายถึง มีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานให้คำแนะนำอำนวยความสะดวกขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในอุทยานแห่งชาติเขาสก ได้มาตรฐาน และมีความสอดคล้องกับความต้องการของท่านเจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมกับนักท่องเที่ยวในการทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและมีความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลที่พิกแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ หมายถึง ที่พักสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ มีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็วมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยเน้นการไม่ทำลายและรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่าและมีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.5 ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล หมายถึง มีการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูลเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและที่พักมีการจัดรถรับ - ส่ง นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

4. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการที่พักรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทฤษฎี หลักการและแนวคิดตลอดจนเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวข้องดังนี้

1. สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
4. คุณภาพการบริการที่พักรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เขาสก ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2523 มีชื่อว่า อุทยานแห่งชาติเขาสก มีพื้นที่ 645.52 ตารางกิโลเมตร หรือ 403,450 ไร่ สภาพโดยทั่วไปเป็นภูเขาหินปูนสลับซับซ้อน มีแนวหน้าผามากมายซึ่งเป็นลักษณะเด่นของภูเขาทางแถบนี้ซึ่งคล้ายกับเทือกเขาที่จังหวัดกระบี่ อุทยานแห่งชาติเขาสก มีพื้นที่กว้างขวางมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ เขื่อนรัชชประภา ถ้ำน้ำทะเล ถ้ำปะการัง ถ้ำใหญ่ น้ำตกม้ายาย น้ำตกโตนกลอย ตั้งน้ำ และอีกหลายน้ำตก (อุทยานแห่งชาติเขาสก, 2558)

อุทยานแห่งชาติเขาสก อยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี อาณาเขตครอบคลุมพื้นที่บริเวณเทือกเขาสูง ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีไปจนถึงอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 อุทยานแห่งชาติเขาสกแบ่งเป็น 2 พื้นที่ใหญ่ ๆ คือ เขื่อนเชี่ยวหลาน หรือเขื่อนรัชชประภา ซึ่งตั้งอยู่บริเวณ กม. 57-58 ตามเส้นทางหลวงสาย 401 ห่างออกไปอีก 51 กม. คือบริเวณที่ทำการอุทยานแห่งชาติเขาสก ซึ่งตั้งอยู่ที่ กม. 109 บนถนนเส้นเดียวกัน แต่เดิมนั้นอุทยานแห่งชาติเขาสกมีเฉพาะพื้นที่ที่เป็นป่าเขา อยู่มาภายหลังการไฟฟ้าฝ่ายผลิตได้สร้างเขื่อนเชี่ยวหลานขึ้นมาเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจึงทำให้พื้นที่ป่าบางส่วนกลายเป็นเขื่อนเก็บน้ำ และยังอยู่ในการดูแลพื้นที่โดยอุทยานแห่งชาติเขาสก แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาสกแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นที่ได้ 2 ประเภท คือการท่องเที่ยวทางบก หรือการเดินป่า และการท่องเที่ยวทางน้ำ

หรือการล่องเรือชมวิวเหนือเขื่อน นอนแพ พื้นที่การท่องเที่ยวทั้งสองแบบนี้อยู่ห่างกันประมาณ 51 กิโลเมตร ตามถนนหลวง หรือ 65 กิโลเมตรจากเขื่อน (อุทยานแห่งชาติเขาสก, 2558)

นอกจากนี้ อุทยานแห่งชาติเขาสกยังเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าไม่น้อยกว่า 415 ชนิด ประกอบไปด้วยสัตว์นานาชนิด ได้แก่ ช้าง กวาง เสือ หมี สมเสร็จ ชะนี ลิง เลียงผา นกชนิดต่าง ๆ เป็นต้น สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำขนาดใหญ่ เช่น กบทูต และพันธุ์ปลาที่หายากประจำถิ่น ได้แก่ ปลามังกร รวมถึงในอดีตเคยมีบันทึกว่าเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของกระซูด้วย โดยในปลายปี พ.ศ. 2508 มีพรานท้องถิ่นสามารถยิงกระซูดี้ในปลักกลางป่า ต่อมาในเดือนเมษายน พ.ศ. 2530 สืบ นาคะเสถียร ได้ลงพื้นที่สำรวจค้นหาโดยใช้เวลา 10 วัน ไม่เจอตัวแต่ได้พบร่องรอยเมื่อฤดูฝนปีที่ผ่านมาสภาพป่าโดยทั่วไปเป็นป่าดิบชื้นมีพรรณไม้มีค่าเช่น โดแหลม ตะเคียน ยาง ตาเสือ หงอนไก่ กระบาก ยมหอม อินทิน ฯลฯ และยังประกอบด้วยพันธุ์ไม้พื้นล่างมากมาย ที่น่าสนใจ ได้แก่ “บัวผุด” เป็นพันธุ์ไม้ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและเป็นแหล่งกระจายพันธุ์ไม้ที่ขึ้นปะปนกันระหว่างพันธุ์ไม้ในเขตภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศการเดินทางเข้าสู่อุทยานแห่งชาติเขาสก มีสองเส้นทางคือ จากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี หรืออำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 401 (สุราษฎร์ธานี - ตะกั่วป่า) แยกเข้าสู่อุทยานแห่งชาติเขาสก ตรงหลักกิโลเมตรที่ 109 ไปอีกประมาณ 1.5 กิโลเมตร ถึงที่ทำการอุทยานแห่งชาติ (อุทยานแห่งชาติเขาสก, 2558) จากสภาพพื้นที่มีทิวทัศน์ ที่สวยงาม มีความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติทั้งน้ำตก หน้าผา ถ้ำ และ ทิวทัศน์ที่เอกเขหันปูนที่ตั้งตระหง่านเหนือผืนน้ำอ่างเก็บน้ำเขื่อนรัชชประภา จนได้รับฉายาว่า “กุ้ยหลินเมืองไทย” กอรปกับมีชุมชนใกล้เคียงที่ทำการอุทยานแห่งชาติ มีการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ขี่กะโหล และการนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติเขาสกจึงนับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบกที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของอุทยานแห่งชาติเขาสก

สำหรับนักท่องเที่ยว การเดินป่าเขาสกเพื่อตามหาพืชพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่นี่ เป็นเหมือนความฝันที่พวกเขาหวังว่าจะต้องทำให้เป็นจริงสักครั้ง นั่นคือการตามหา “บัวผุด” หรือ กระโถนฤๅษี ดอกไม้ขนาดใหญ่ที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางของตัวดอกประมาณ 10 - 25 นิ้ว โดยบัวผุดนั้น มักขึ้นอยู่ตามพื้นดิน จะบานในช่วงเดือนพฤศจิกายนจนถึงมกราคม นอกจากนี้คุณอาจพบปาล์มหลังขาว อีกหนึ่งพันธุ์ไม้หายาก รวมทั้งสัตว์แปลก ๆ ที่หายากและมีความน่าสนใจ เช่น กบทูต และปลามังกร โดยช่วงเวลาเหมาะสมที่สุดสำหรับท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาสกคือระหว่างเดือนธันวาคม - เดือนเมษายน ของทุกปี

สถานที่ท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก

1. วังยาว เป็นวังสำหรับเล่นน้ำที่มีขนาดกว้างและยาว โดยสามารถเล่นน้ำพร้อมกันได้ไม่ต่ำกว่า 500 คน ที่นี้อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ 3 กิโลเมตร และอยู่เหนืออ่างเก็บน้ำกว๊าน 40 เมตร

2. น้ำตกบางหัวแรดและน้ำตกวังหิน จัดเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่มีความสวยงาม โดยมีต้นน้ำมาจากคลองศก มีลักษณะเป็นน้ำตก 2 ชั้น ชั้นแรกไหลจากบางหัวแรดแล้วไหลลงคลองศก ชั้นที่สองอยู่ในคลองศก และห่างไปเพียง 120 เมตรจากน้ำตกบางหัวแรด จะพบกับน้ำตกวังหินซึ่งเป็นน้ำตกขนาดเล็ก

3. ตั้งน้ำ คือทัศนียภาพอันเกิดจากภูเขาที่ถูกน้ำกัดเซาะจนขาดออกจากกัน กลายเป็นหน้าผาหันหน้าเข้าหากัน โดยมีลำคลองศกไหลลอดผ่านเบื้องล่าง ที่นี้อยู่ห่างจากที่ทำการฯ ประมาณ 6 กิโลเมตร ห่างจากน้ำตกวังหินประมาณ 3.2 กิโลเมตร และต้องเดินทางโดยทางเท้าเข้าไป

4. น้ำตกโตนกลอย เกิดจากคลองศก เป็นน้ำตกชั้นเดียว มีลานหินสำหรับพักผ่อนบนชั้นน้ำตก อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 9 กิโลเมตร

5. น้ำตกโตนไทร เป็นน้ำตกที่สวยงามในลำคลองศก ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 11 กิโลเมตร ห่างจากน้ำตกโตนกลอย ประมาณ 2 กิโลเมตร

6. น้ำตกธารสวรรค์ โดดเด่นด้วยสายน้ำที่ไหลลงมาจากหน้าผาชั้น แล้วพุ่งโค้งแบบรู้งินน้ำก่อนไหลลงสู่คลองศก อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 9 กิโลเมตร ห่างจากตั้งน้ำประมาณ 3 กิโลเมตร

7. น้ำตกสิบเอ็ดชั้น อยู่ห่างจากที่ทำการฯ 4 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นน้ำตกที่ไหลลงมาเป็นชั้น ๆ ลดหลั่นกันมาตามร่องหน้าผาเป็นรูปขั้นบันได 11 ชั้น ชั้นล่างสุดมีแอ่งน้ำสำหรับลงเล่นน้ำได้ การเดินทางไปน้ำตกสายนี้ต้องเดินเท้าเข้าไป

8. น้ำตกแม่ยาย อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ 4.5 กิโลเมตร เป็นน้ำตกชั้นเดียวสูงประมาณ 30 เมตร ซึ่งรถยนต์สามารถเข้าไปได้ถึง โดยที่นี้ตั้งอยู่ริมถนนสายสุราษฎร์ธานี - ตะกั่วป่า บริเวณ กิโลเมตรที่ 113

เส้นทางศึกษาธรรมชาติ

1. เส้นทางที่ 1 น้ำตกบางหัวแรด - น้ำตกโตนกลอย เริ่มเดินจากที่ทำการอุทยานฯ ข้ามคลองบางเลนไปน้ำตกบางหัวแรด ซึ่งอยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ 3 กิโลเมตร เป็นเส้นทางที่จะพบน้ำตกหลายสาย เช่น น้ำตกวังหิน วังยาว น้ำตกธารสวรรค์ ตั้งน้ำ และน้ำตกโตนกลอย ตลอดเส้นทางมีความยาว 9 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถไปด้วยตนเองได้เพราะเส้นทางเดินไม่ลำบากมากนัก

2. เส้นทางที่ 2 เป็นเส้นทางน้ำตกสิบเอ็ดชั้นซึ่งต้องปีนภูเขาสู่น้ำตกสิบเอ็ดชั้นในระยะทางเดิน 4 กิโลเมตร เส้นทางนี้แม้มีทางเดินที่ค่อนข้างชัน แต่สามารถเดินเองได้โดยไม่ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง

3. เส้นทางที่ 3 เป็นเส้นทางเดินที่ใช้เส้นทางเดียวกับน้ำตกสิบเอ็ดชั้น แต่เป็นเส้นทางวงกลม มีทางเดินเป็นขั้นบันได ตามเส้นทางจะมีป้ายสื่อความหมายซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเองได้ในระยะทาง 2 กิโลเมตร

ที่พักแรมในอุทยานแห่งชาติเขาสก บริเวณบ้านพักของอุทยานแห่งชาติเขาสกเปิดให้บริการนักท่องเที่ยว มี 2 โซนด้วยกัน คือ

1. โซนทางน้ำ (เขื่อนรัชชประภา)

ทางเข้าเขื่อนรัชชประภาอยู่ที่อำเภอบ้านตาขุน หลักกิโลเมตรที่ 57 - 58 จากปากทางเข้าเขื่อนท่านสามารถขับรถเข้าไปประมาณ 12 กิโลเมตร จะถึงท่าเรือเอนกประสงค์ของเทศบาลเขื่อนเชี่ยวหลาน ท่านใดที่สนใจจะพักแรมของอุทยานสามารถติดต่อได้ที่เรือ ระยะเวลาในการนั่งเรือประมาณ 1 ชั่วโมง จะถึงแพพักอุทยานฯ เช่น แพนางไพร แพโดนเตย แพไกรสร ราคาเรือประมาณ 1,800 - 2,700 บาท เป็นราคาไป - กลับ สามารถนั่งได้ 10 คน/ลำเรือ เรือที่จอดอยู่ที่ท่าเรือจะเป็นเรือผู้ประกอบการเอกชนทั้งหมด แพที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวคือ แพโดนเตย และแพไกรสร สภาพแพพักจะเป็นแพอยู่ในน้ำเป็นแพอยู่กับที่ มีไฟฟ้าเปิดปิดเป็นเวลาตั้งแต่ 18.00 - 22.00 น. ห้องน้ำต้องเดินขึ้นฝั่ง มีร้านอาหารบริเวณแพพักให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในเขื่อนรัชชประภา เช่น นั่งเรือชมวิวชมจุดกึ่งกลางเมืองไทย พายเรือแคนู เดินป่าเที่ยวถ้ำน้ำทะเล

2. โซนทางบก (สำนักงานใหญ่)

ทางเข้าอุทยานฯ แห่งชาติอยู่ที่อำเภอนมหล่ม หลักกิโลเมตรที่ 109 ทางไปตะกั่วป่า จากปากทางเข้าท่านสามารถขับรถเข้าไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร จะถึงทำการการอุทยานฯ ส่วนที่พักที่ทำการอุทยานฯ จะมีบ้านหลังจันทรีเขียว 1 หลัง เป็นบ้านหลังเดียว ห้องพัสดุ และบ้านพักค่ายเยาวชนชาย - หญิง 10 หลัง เป็นห้องที่อยู่ติดกันเดินถึงกันได้ ห้องพัสดุ ห้องน้ำรวม ส่วนด้านนอกของอุทยานแห่งชาติเขาสก มีปั๊มน้ำมันให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นของผู้ประกอบการเอกชน เปิดให้บริการมากกว่า 30 กว.แห่ง (เส้นทางเข้าเขื่อนรัชชประภาและเส้นทางเข้าที่ทำการอุทยานฯ จะเข้าไปคนละเส้นทางกัน ที่ทำการอุทยานฯ จะอยู่ห่างกับเขื่อนรัชชประภา ประมาณ 65 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเที่ยวเขื่อนรัชชประภาสามารถนั่งรถโดยสารรถยนต์สายภูเก็ต - สุราษฎร์ธานี หรือรถตู้ เขาสก - สุราษฎร์ธานี ไปลงที่อำเภอบ้านตาขุนได้ แล้วต้องต่อรถจากปากทางเข้าเขื่อนฯ จนถึงท่าเรือ แหล่งท่องเที่ยวที่ทำการอุทยานฯ เช่น เดินป่าดูน้ำตก ชมดอกบัวผุด ดูนก ล่องห่วงยาง พายเรือแคนู นั่งช้าง

ทั้งนี้ สำหรับนักผจญภัยคุณยังสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่นำทางไปเดินป่าระยะไกล กม.99-คลองแปะ ไปศึกษาธรรมชาติในเส้นทางศึกษาธรรมชาติสันยางร้อย หรือจะติดต่อเรือล่องแก่ง น้ำตกบางห้วยแรด - ลำคลองสก ในระหว่างเดือนมิถุนายน - มกราคม

สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และสถานที่กางเต็นท์

อุทยานแห่งชาติเขาสก มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ บ้านพักค่ายเยาวชน (Young Camp) ช่วงเวลาเปิดให้บริการ 06:00 - 08:00 น. ค่ายพักเยาวชนชาย - หญิง (Youth camp) ช่วงเวลาเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และแพพักนักท่องเที่ยว (Raft house) ช่วงเวลาเปิดให้บริการ 12:00 - 18:00 น. นอกจากนี้ ยังมีการดูแลนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลโดยอุทยานแห่งชาติเขาสกต้อนรับและให้การดูแลความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พร้อมให้คำแนะนำรายละเอียดในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติเขาสก

ตารางที่ 2.1 จุดเด่นและจุดด้อยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก

องค์ประกอบ	แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก
ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	จุดเด่น มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศวิทยา แหล่งธรรมชาติคงสภาพความเป็นธรรมชาติเดิมไว้มาก มีสัตว์ป่า และพันธุ์ไม้หายาก มีธรณีสัณฐานที่พบได้น้อย เช่น เขาหินปูน มีแหล่งท่องเที่ยวทางบก มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีน้ำตก และมีแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตได้มีการสร้างอ่างเก็บน้ำเขื่อนรัชชประภาบริเวณอุทยาน มีวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นชาวใต้ จุดด้อย บางครั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจริญเติบโตมากเกินไปในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดขยะจำนวนมาก น้ำเสีย ดังนั้นภาครัฐต้องจัดระเบียบเมืองด้านการสร้างสิ่งปลูกสร้างในลำน้ำ
การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน	จุดเด่น 1. มีการกำหนดเขตพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว กำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ตามช่วงเวลาและฤดูกาล และกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2. มีการให้บริการบ้านพัก แพที่พัก และร้านอาหาร และแพที่พักของเอกชนในบริเวณเขื่อนรัชชประภา กิจกรรมท่องเที่ยว ทางบก เช่น เดินป่าในเส้นทางศึกษาธรรมชาติ เล่นน้ำตก และนั่งช้าง และกิจกรรมทางน้ำบริเวณเขื่อน เช่น ล่องเรือชมวิวทิวทัศน์ ดูน้ำตก ดูสัตว์ป่า และพายเรือแคนู

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก
	จุดด้อย การกำหนดเขตพื้นที่การท่องเที่ยวยังไม่ได้มีการจัดทำอย่างจริงจัง เพราะมีการกำหนดขนาดของกลุ่มที่เดินป่าบริเวณเขื่อนและจำนวนแพที่พักอยู่แล้ว
การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก	จุดเด่น 1. มีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และการสื่อความหมาย 2. เจ้าหน้าที่บรรยายให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. มีการอบรมให้ความรู้กับคนขับเรือ และเจ้าของแพที่พักเกี่ยวกับข้อพึงปฏิบัติและข้อห้ามปฏิบัติ จุดด้อย สื่อส่วนใหญ่ไม่น่าสนใจและไม่เป็นปัจจุบัน
การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว	จุดเด่น ชุมชนใกล้เคียงอุทยานฯ มีความต้องการอนุรักษ์ป่าชุมชนไม่ให้ถูกทำลาย จึงจัดตั้งเป็นกลุ่มท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวน 11 ชุมชน และได้มีการรวมตัวกันจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน มีรายได้จากการให้บริการ บ้านพัก โฮมสเตย์ อาหารและเครื่องดื่ม และบริการเป็นผู้นำเที่ยวเฉพาะถิ่น ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น คนขับเรือเที่ยวเขื่อน เจ้าของเรือที่ให้บริการ ค่าอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยว ชาวบ้านเลี้ยงปลาในกระชัง การขายของที่ระลึกบริเวณท่าเรือ และค่าแพที่พักบางแห่ง และให้บริการเดินป่า ส่องสัตว์

ที่มา : การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย (2560)

จากสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีในปัจจุบันพบว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้รับผลกระทบจากสภาวะการเมือง และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวยุโรปหดหายไปบางส่วน ทำการท่องเที่ยวซบเซาลงมาก จึงจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องมีการสร้างกลยุทธ์และแผนการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ

เพื่อกำหนดกลยุทธ์และแผนการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติยุคปัจจุบันมีบทบาทสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและการบริการด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาหรือวางแผนทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความต้องการและศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการหรือให้บริการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

ความรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคนในโลกใบนี้และความรู้ได้อยู่คู่กับโลกมาช้านาน ทั้งความรู้ที่เป็นรูปธรรมและความรู้ที่เป็นนามธรรม มนุษย์เป็นผู้แสวงหาความรู้และค้นพบความรู้ แท้จริงแล้วความรู้จึงเกิดจากการเรียนรู้ การฝึกฝน ทดลอง ประสบการณ์ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันจนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อใช้ในการพัฒนาตนเองและองค์กร ทั้งนี้ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของความรู้ไว้ ดังนี้

Senge (1990 : 3) ได้ให้นิยามของความรู้ หมายถึง ความสามารถที่นำไปสู่การกระทำที่มีประสิทธิภาพ

Davenport & Prusak (1998 : 53) ได้กล่าวว่าความรู้ หมายถึง กรอบของการผสมผสานกันของประสบการณ์ ค่านิยม บริบท สารสนเทศ และการรู้แจ้งที่ซ้ำซ้อน ทำให้เกิดกรอบงานสำหรับการประเมินค่า และการประสานประสบการณ์กับสารสนเทศใหม่ ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นและถูกนำไปใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รู้

Alavi and Leidner (2001 : 109) กล่าวว่า ความรู้คือสิ่งที่พิสูจน์ให้เห็นว่าเป็นการเพิ่มขีดความสามารถที่จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพที่ดีกว่า

Sharratt and Usoro (2003 : 188) กล่าวว่า ความรู้คือความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงระหว่างความเข้าใจ ตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัด

บดินทร์ วิจารณ์ (2553 : 35) ได้ให้นิยามของความรู้ไว้ว่า ทรัพย์สินขององค์กรอันได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม เทคโนโลยี การปฏิบัติงาน ระบบปฏิบัติงานต่าง ๆ บนพื้นฐานของความรู้ของความรู้ความชำนาญ

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (2553 : 37) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา การค้นคว้า การได้ยิน การได้ฟัง การคิดหรือปฏิบัติความเข้าใจ

ประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะที่ได้รับมาจากองค์กร และการเรียนรู้ในแต่ละสาขา

ราชบัณฑิตยสถาน (2554 : 243) ได้ให้ความหมายของความรู้คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับจากประสบการณ์

จากความหมายข้างต้นกล่าวได้ว่า ความรู้ คือผลที่ได้จากการเรียนรู้ การศึกษาค้นคว้า ประสบการณ์ และความชำนาญของบุคคลแต่ละคนที่สั่งสมมา แล้วนำความรู้เหล่านั้นมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันซึ่งทำให้เกิดคุณค่าสูงและพร้อมที่จะนำไปประยุกต์สู่การตัดสินใจและการปฏิบัติ

ประเภทของความรู้

การแบ่งประเภทของความรู้ มองได้หลายมิติ แต่มิติที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ มองในด้าน “รูปแบบที่มองเห็น” ซึ่ง ชู (Choo, 2000 : 26 - 28) ได้แบ่งความรู้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ความรู้โดยนัย (Tacit หรือ Implicit Knowledge) เป็นความรู้เฉพาะตัวที่เกิดจากประสบการณ์ การศึกษา การสนทนา การฝึกอบรม ความเชื่อ เจตคติของแต่ละบุคคล เป็นความรู้ยากกับสติปัญญา และประสบการณ์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์รวมของความรู้ของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นความรู้ที่ไม่อยู่นิ่ง จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ของการใช้ความรู้ของแต่ละคน ซึ่งก็คือความรู้ที่ผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งถือว่าเมื่อคนปฏิบัติงานนาน ๆ จนเกิดความชำนาญ ความรู้ประเภทนี้ถือเป็นความรู้ไม่เป็นทางการจัดระเบียบหรือจัดหมวดหมู่ไม่ได้ แต่สามารถแลกเปลี่ยนหรือนำมาเล่าสู่กันฟังสามารถถ่ายทอดแบ่งปันความรู้นี้ได้และสามารถสังเกตและเลียนแบบได้

2. ความรู้ที่ปรากฏ (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากบุคคลออกมาในรูปของบันทึกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือ บทความเอกสาร มาตรฐาน ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า รายงานประจำปี สื่อโสตทัศน์ เช่น วีดิโอ ซีดี สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

3. ความรู้ที่เกิดจากวัฒนธรรม (Culture Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากความเชื่อศรัทธา ซึ่งจะเกิดจากผลสะท้อนกลับของตัวความรู้ และสภาพแวดล้อมขององค์กร องค์กรที่พัฒนามาเป็นระยะเวลานานจะมีการพัฒนาความเชื่อร่วมกัน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติขององค์กร ความสามารถหลักขององค์กรซึ่งก็คือวัฒนธรรมขององค์กรนั่นเอง

นอกจากนี้ Nonaka & Takeuchi (1995 : 12 - 14) ได้แบ่งความรู้ออกเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้ที่แจ้งชัด (Explicit knowledge) และความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) ความรู้ที่แจ้งชัด (Explicit knowledge) นั้น เป็นความรู้ที่จับต้องได้ (Objective) และมีเหตุผล (Rational) สามารถแสดงผ่านออกได้ทางคำพูดและตัวเลขทั้งยังแบ่งปันได้ในรูปแบบของข้อมูล สูตรทางวิทยาศาสตร์ ทฤษฎีการแก้ปัญหา คู่มือ ฐานข้อมูล และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้ ส่วนความรู้แบบภายในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) นั้น เป็นความรู้เฉพาะตัว (Subjective) และความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential) ยากที่จะถ่ายทอดหรือแบ่งปันให้ผู้อื่นได้โดยง่าย ตัวอย่างของความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้ความชำนาญ ความเชื่อ อุดมคติ คุณค่า และรูปแบบความคิดที่ยังรากลึกอยู่ภายในตัวเรา

จากความหมายข้างต้นกล่าวได้ว่า ความรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่อยู่นอกตัวบุคคล สามารถถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นได้โดยการสื่อสาร หรือเป็นลายลักษณ์อักษร ข้อความหรือสื่อต่าง ๆ สามารถเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ของการใช้ความรู้ของแต่ละคนได้ ซึ่งหากบุคคลใดมีความรู้ใดที่เป็นระยะเวลานานจะเกิดความชำนาญและความเชี่ยวชาญชำนาญในเรื่องนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สำหรับในประเทศไทยแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2519 เป็นต้นมา โดยในช่วงแรกเป็นการเริ่มต้นของรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมโดยได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความรู้พร้อมกับความสนุกสนานเพลิดเพลินในการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวเริ่มแรกยังมีลักษณะเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยให้ความสนใจพิเศษเฉพาะเรื่องเช่น กลุ่มเดินป่า ดูนก ดำน้ำ ชมปะการัง และเดินชมศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะเริ่มต้นนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นค่อนข้างน้อยและยังไม่มี การส่งเสริมให้เกิดขึ้นอย่างจริงจังทั้งในด้านการนโยบายและการดำเนินการจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศจนทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูงสุดเป็นอันดับ 1 แต่ผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวได้ก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มชะลอตัวลง การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนรวมถึงแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งได้ถูกยกขึ้นมาพิจารณาอย่างจริงจังในช่วงนี้ประเทศไทยในระยะแรกได้มีการใช้คำที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสืบทอด การท่องเที่ยวเพื่อธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จนในที่สุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบัญญัติศัพท์คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ขึ้น โดยพยายามให้ครอบคลุมลักษณะกิจกรรมและความหมายของคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด ซึ่งสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (2557) ได้สรุปคำนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่าคือ “การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม

และการท่องเที่ยว โดยมีระบบการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน”

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) มีคำจำกัดความที่ค่อนข้างหลากหลาย และยังคงมีการถกเถียงเป็นอย่างมากในปัจจุบันว่าควรกำหนดนิยามว่าคืออะไร โดยได้มีนักวิชาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

Boo (1990 : 4) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวด้วยจุดประสงค์ที่ค่อนข้างจำเพาะเจาะจง

Wallace and Pierce (1996 : 39) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและความเพลิดเพลินที่ไม่รบกวนธรรมชาติ ธรรมชาติถึงพืชพรรณ สัตว์ พื้นดิน และระบบนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติ รวมถึงผู้คนที่ยาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากพื้นที่ธรรมชาติดังกล่าวเป็นทั้งบ้านของมนุษย์ทุกคน (คำว่า eco แปลว่า บ้าน) และเป็นบ้านของผู้คนในบริเวณใกล้เคียง จึงจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อใช้ประโยชน์ในอนาคตด้วย” โดยคำนิยามนี้สะท้อนให้เห็นถึงการอนุรักษ์เพื่อเป็นหลักประกันว่าคนรุ่นหลังจะมีโอกาสใช้ประโยชน์จากพื้นที่ธรรมชาตินั้นต่อไปในอนาคต

Lascurain (1991 : 118) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติโดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่าตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น”

The Ecotourism Society (1991 : 84) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

Collier and Harraway (1997 : 14) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพพืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความรู้และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย และต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสมถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO) (2549 : 6) เสนอแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงธรรมชาติมีการให้ความรู้และการสื่อความหมายเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเล็กลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธรรมชาติก่อประโยชน์แก่ท้องถิ่นและกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553 : 5) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ทางสิ่งแวดล้อมภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม กับท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากความหมายและคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศข้างต้น กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม อย่างมีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธรรมชาติประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมชื่นชม และสนุกเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศ ทักษะนิยามของสถานที่บนพื้นฐานของความรู้ ความเข้าใจ และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศของพื้นที่ อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ได้กล่าวถึงหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้น ๆ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการจัดการสิ่งแวดล้อมการป้องกันการเกิดมลพิษและมลภาวะรวมไปถึงการควบคุมอย่างมีขอบเขตจึงจัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ความประทับใจเพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนภายในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และ 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการในการมีส่วนร่วมในทางความคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน การติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสถาบันการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ให้ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีหลักการพื้นฐาน 5 อย่าง (ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551 : 1) คือ 1) ต้องอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ (Nature Based Tourism) หมายถึง ต้องเจาะจงเรื่องชีววิทยาลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมศึกษา เรื่องการอนุรักษ์การวางแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวเพราะทั้งหมดเป็นพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ 2) ต้องทำให้ระบบนิเวที่ยั่งยืน (Ecological Sustainable Tourism) หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยเศรษฐกิจที่ยั่งยืน สังคมที่ยั่งยืน และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน การทำแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะสำคัญนำไปสู่การจัดการกิจกรรมของมนุษย์ นอกจากนี้ยังเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนที่ยอมรับกันในการจัดการด้านธรรมชาติวิทยาเป็นการพัฒนาด้านศักยภาพในการรับรอง และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้สิ่งแวดล้อมคงอยู่และไม่ได้ได้รับความเสียหาย 3) การให้ การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ (Environmentally Educative Tourism) เป็นการศึกษา สิ่งแวดล้อมและแปลความหมายสิ่งนี้เป็นเครื่องมือสำคัญสร้างความสนุกสนาน และให้ประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีความหมาย ช่วยดึงดูดผู้คนที่ปรารถนาจะมีส่วนร่วมให้ปฏิบัติต่อ สิ่งแวดล้อมอย่างมีสำนึก โดยพัฒนาความคิดจิตใจความรู้สึกรู้สึกชื่นชมต่อสิ่งแวดล้อม การศึกษามีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและชุมชน ซึ่งช่วยให้กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ได้อย่างยั่งยืน การแปลความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพในการพิจารณาสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ซึ่งให้ทั้ง คุณค่าทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเช่นกัน 4) ต้องให้ชุมชนมีรายได้ (Locally Beneficial Tourism) เป็นการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ถือว่าไม่เพียงแต่ให้ประโยชน์กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว ชุมชนในท้องถิ่นมักให้ความร่วมมือกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยการให้ความรู้ ให้บริการ ให้ความสะดวก และขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผลประโยชน์เหล่านี้จะมีประโยชน์กว่าที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีให้ต่อแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศช่วยก่อให้เกิดรายได้จากการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวนอกเหนือไปจากผลต่อสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 5) ต้องให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ (Tourist Satisfaction) โดยความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยว

ความรู้และการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจัดว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หากธรรมชาติและระบบนิเวศได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตามโอกาส ที่ธรรมชาติและระบบนิเวศเหล่านั้นจะเสื่อมโทรมลงหรือถูกทำลายด้วยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง ดังนั้น การให้ความรู้ความเข้าใจ และ/หรือการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเกี่ยวกับความจำเป็น ในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้คงอยู่สนองความต้องการ ของคนทั่วไปจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น นอกจากนี้การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติไม่เพียงแต่ต้องการให้ผู้มาเยือน

ได้รับความเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติเท่านั้น แต่ยังมุ่งหวังให้ผู้มาเยือนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ รวมทั้งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เพื่อสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและเป็นแนวร่วมในการคุ้มครองรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่อไป ดังนั้น การให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพื้นที่ และการสื่อความหมายธรรมชาติจึงเป็นภาระหน้าที่ที่สำคัญในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและนันทนาการในอุทยานแห่งชาติทั้งสองรูปแบบ

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดรูปแบบของกิจกรรมท่องเที่ยวและการสื่อความหมายธรรมชาติที่น่าสนใจ ให้ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เรื่องการท่องเที่ยวและนันทนาการในอุทยานแห่งชาติไม่ใช่การบังคับ แต่เป็นเรื่องของความสมัครใจที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมหรือไม่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนในอุทยานแห่งชาติย่อมต้องการที่จะได้รับการบริการและ/หรือได้พบเห็นธรรมชาติตามที่คาดหวังไว้ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่สำคัญก็คือ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการจำเป็นต้องสอดคล้องกับหลักการจัดการท่องเที่ยวในอุทยานฯ ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวคาดหวังรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ไม่สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว เช่น คาดหวังสนามกอล์ฟ หรือการพัฒนาพื้นที่แบบรีสอร์ทในอุทยานแห่งชาติ ก็เป็นหน้าที่ของผู้จัดการดูแลพื้นที่จะต้องให้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ถึงลักษณะการท่องเที่ยวและมาตรฐานการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและมีความคาดหวังที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติอันมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ เพื่อสร้างแรงจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวได้มีโอกาสที่จะเห็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นด้านนิเวศที่ยังคงความเป็นธรรมชาติสูงหรือหายาก ช่วยเหลือด้านการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง รวมทั้งได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติร่วมกันได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

King (2011: 4) ได้แบ่งความหมายของ “พฤติกรรม” กับ “กระบวนการทางจิต” ออกจากกันอย่างชัดเจน โดยให้ความหมายของพฤติกรรมว่าหมายถึง การกระทำทุกอย่างของบุคคลที่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น การจูบ การร้องไห้ การขับรถไปเรียน ขณะที่กระบวนการทางจิต หมายถึง

ความคิด ความรู้สึก และแรงจูงใจที่บุคคลรับรู้แต่เพียงผู้เดียว โดยไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น ความคิดที่มีต่อการกระทำ ความรู้สึกต่อสถานการณ์ และความทรงจำ

Nevid (2012 : 4) ได้อธิบายว่า พฤติกรรม คือ การกระทำของบุคคลซึ่งจะครอบคลุมเฉพาะสิ่งที่แสดงออก เช่น การพูด การนั่ง การยิ้ม หรือการเคลื่อนไหว เป็นต้น หากแต่กระบวนการทางจิตเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นส่วนบุคคลซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง เช่น ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก การรับรู้ การรับสัมผัส หรือแม้กระทั่งความฝัน เป็นต้น

ธนัญญา ธีระกนิษฐ์ (2555 : 5) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง อาการที่แสดงออกของมนุษย์ ปฏิบัติได้ต่อสิ่งที่เร้าที่อยู่รอบตัว โดยจากการสังเกตหรือการใช้เครื่องมือช่วยวัดพฤติกรรม ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการทางร่างกาย

Kotler (1997 : 105) ได้วิเคราะห์ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ การตลาด ที่สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ดังรายละเอียดนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who constitutes the market?) เป็นคำตอบเพื่อทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (Objects)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Organization)
5. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations)
6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบโอกาสการซื้อ (Occasions)
7. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโครงการสร้างช่องทาง ที่ผู้บริโภคจะไปซื้อในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ๆ (Outlets)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคสามารถแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้เป็น 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล (Internal Variables or Endogeneous Variables) หรือปัจจัยพื้นฐาน (Basic Determinants) จะเป็นตัวควบคุมกระบวนการคิดภายในทั้งหมดของผู้บริโภค และมีผลกระทบโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย

1.1 ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งที่เป็นใจใฝ่ใฝ่ สำหรับร่างกายทางกายภาพ หรือจิตใจหรือการขาดบางสิ่งบางอย่างที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต้องมีหรือที่ปรารถนาที่อยากได้ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม หรือเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

1.2 แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำหรือพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้เรารู้ถึงความต้องการของเราเองและเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าวเหล่านั้น

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่สร้างขึ้นภายในตัวของบุคคล ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลแตกต่างไปจากคนอื่น หรือบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

1.4 การรู้ (Awareness) หมายถึง การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาททั้งห้า ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ 1.4.1 การรับรู้ (Perception) หมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภค โดยผ่านประสาททั้งห้า 1.4.2 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ และ 1.4.3 ทศนคติ (Attitude) หมายถึง กลุ่มกว้าง ๆ ของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคล

2. ปัจจัยที่มีอยู่นอกตัวบุคคล (External Variables or Exogeneous Variables) ปัจจัยหรืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อม (Environment Determinant or Influences) ซึ่งแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมอยู่เรื่อย ๆ ตลอดเวลา และมีผลกระทบต่อผู้บริโภคทางอ้อมต่อการตัดสินใจเมื่อผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีอยู่ภายในก่อน ประกอบด้วย

2.1 อิทธิพลของครอบครัว (Family Influences) อิทธิพลอันเกิดจากสมาชิกภายในครัวเรือน

2.2 อิทธิพลของสังคม (Social Influences) อิทธิพลที่เกิดจากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับบุคคลอื่น ๆ นอกเหนือไปจากครอบครัวและธุรกิจ

2.3 อิทธิพลของธุรกิจ (Business Influences) หมายถึง การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็น ณ สถานที่ของร้านค้า หรือโดยผ่านทางกรขายแบบใช้บุคคลและการโฆษณา

2.4 อิทธิพลของวัฒนธรรม (Culture Influences) เป็นเรื่องของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวของบุคคลและการลงโทษในสังคมที่ได้มีการพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้น

2.5 อิทธิพลทางเศรษฐกิจ หรืออิทธิพลของรายได้ (Economic or Income Influences) เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ลักษณะผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล (ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์) และปัจจัยทางจิตวิทยา

3. ปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่งการตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา และรูปแบบการดำรงชีวิต

3.1 อายุ โดยความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ ประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6 - 11 ปี, 12 - 19 ปี, 20 - 34 ปี, 35 - 49 ปี, 50 - 64 ปี และ 65 ปีกลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มที่ชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ ชอบสินค้า ประเภทยาแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตของครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะการมีครอบครัว ขั้นตอนของวงจรชีวิตมี 9 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนเป็นโสด ขั้นตอนแต่งงาน ขั้นตอนมีบุตรคนสุดท้ายไม่เกิน 6 ขวบ ขั้นตอนมีบุตรคนสุดท้าย 6 ขวบ หรือมากกว่า ขั้นตอนคู่สมรสที่สูงอายุ และมีบุตรอยู่ด้วย ขั้นตอนคู่สมรสสูงอายุไม่มีบุตรอยู่ หัวหน้าครอบครัวยังทำงาน ขั้นตอนคู่สมรสสูงอายุไม่มีบุตรอยู่ หัวหน้าครอบครัวไม่ทำงานแล้ว ขั้นตอนอยู่คนเดียวยังทำงานอยู่ และขั้นตอนอยู่คนเดียวปลดเกษียณแล้ว ในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิต ผู้บริโภคจะมีความสนใจสินค้าที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพของแต่ละบุคคล จะนำไปสู่ความจำเป็นเพราะความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้สูงจะซื้อเสื้อผ้าที่ราคาแพง เป็นต้น

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้จะมีผลต่อสินค้าและบริการที่บุคคลตัดสินใจซื้อ โอกาส ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ที่มีรายได้ต่ำ จำเป็นต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

3.5 การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่า

3.6 รูปแบบการดำรงชีวิต แบบแผนในการดำรงชีวิตของบุคคลแสดงออกในทางกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มักจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะประชากรศาสตร์ของบุคคลนั้น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคล มักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ถือว่า เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และความเชื่อและทัศนคติ

4.1 การจูงใจ เป็นปัจจัยภายในของบุคคลสิ่งแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งหมดเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับตัวกระตุ้นให้กระทำให้ได้มาซึ่งเป้าหมาย การจูงใจจะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดขึ้น ต้องมีแรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคล ที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรม ที่มีเป้าหมาย ทฤษฎีการจูงใจของซิกมันด์ فروยด์มีสมมติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ว่าตนมีพลังทางจิตวิทยา ที่จะมาปรับแต่งพฤติกรรม คือ ไม่ว่าอะไรจะมาจูงใจ บุคคลจะหาเหตุผลของความต้องการนั้น เพื่ออะไร ดังนั้น จึงจำเป็นที่ต้องใช้สิ่งจูงใจคนละอย่างกับตลาดเป้าหมายที่ต่างกัน

4.2 การรับรู้เมื่อบุคคลได้รับการกระตุ้น การรับรู้เป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์

4.3 กระบวนการพื้นฐานส่วนใหญ่ของพฤติกรรมมนุษย์เกิดจากการมีประสบการณ์ มากขึ้น นักทฤษฎีการเรียนรู้กล่าวว่า พฤติกรรมการเรียนรู้เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างแรงผลักดัน ตัวกระตุ้นการปฏิบัติตอบและการเสริมแรง

4.4 ความเชื่อและทัศนคติเป็นพลังโดยตรงที่ส่งผลกระทบถึงการรับรู้ของผู้บริโภค และพฤติกรรมในการซื้อ ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลง

จากแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทำให้เราทราบถึงจุดเริ่มต้นที่จะเป็นตัวกระตุ้นความต้องการต่าง ๆ ของผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจ ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าว มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในวิจัยในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 8 ข้อ คือ 1) จำนวนครั้งที่มาเที่ยว 2) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว 3) พาหนะในการเดินทาง 4) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 5) ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 6) อัตราค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 7) เหตุผลในการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 8) การกลับมาเที่ยวซ้ำ

คุณภาพบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายคุณภาพการบริการ

Gronroos (1990 : 17) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ คือ คุณภาพการบริการ ที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Service Quality - PSQ) และคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality) มาจากแนวคิดที่เกิดจากพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการที่มีต่อการประเมินคุณภาพ หลังการใช้ บริการแล้ว ซึ่งคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ

2 ประการ คือ คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) เมื่อนำคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) มาประเมินคุณภาพโดยการเปรียบเทียบความสอดคล้องกันและพิจารณารวมกันเป็นคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมด ก็จะทำให้ได้ผลของคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ได้ (PSQ) แต่ถ้าเปรียบเทียบแล้วไม่มีความสอดคล้องกัน คือ คุณภาพของการบริการไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า

Parasuraman (1985 : 16) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ คือ คุณภาพการบริการนั้นขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างปัจจัยความคาดหวัง และการรับรู้ได้จริงของผู้รับบริการ ซึ่ง Parasuraman ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการพบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ใช้บริการใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการ มี 10 ด้าน ดังนี้

1. ความไว้วางใจได้ถูกต้องครบถ้วน หมายถึง กระบวนการให้บริการ (Reliability) ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการอย่างที่ได้ตกลงและสัญญาไว้
2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการ ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และการแก้ปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการให้บริการของพนักงาน
4. การเข้าถึงการบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร
5. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพ และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานในการให้บริการ
6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการอธิบายข้อมูลของโรงแรมให้ผู้บริการเข้าใจ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความมีชื่อเสียงของโรงแรม ความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจของพนักงาน
8. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการอย่างปลอดภัย ทั้งร่างกายและทรัพย์สิน
9. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowledge the Costumer) หมายถึง การเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ
10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกของ โรงแรม ลักษณะภายนอกของพนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม

Parasuraman และคณะได้นำองค์ประกอบทั้ง 10 ด้าน มาพัฒนาเป็นเครื่องมือวัดการประเมินคุณภาพการบริการ เรียกว่า “SERVQUAL” พัฒนาให้เหลือเพียง 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่แสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการสามารถคาดคะเนหรือรับรู้คุณภาพการบริการได้อย่างทันที และมีความชัดเจนในการรับรู้ เช่น สถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสวยงาม ทันสมัย เป็นต้น 2) ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ หมายถึง (Reliability) กระบวนการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้องและครบถ้วน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการ 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และการแก้ปัญหาอย่างถูกต้องและรวดเร็ว 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการ และมีความสามารถในการให้บริการ ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจที่จะใช้บริการ และ 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการโดยคำนึงถึงจิตใจ และความแตกต่างของผู้รับบริการตามลักษณะของแต่ละบุคคล เป็นสำคัญ

Ziethaml, Parasuraman & Berry (1990 : 92) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of service quality) ไว้ 10 ด้าน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ ดังนี้

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์กรที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหาต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก และยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่ จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990 : 28 & Lovelock, 1996 : 464 - 466) ประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน SERVQUAL ได้รับความนิยมในการนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้อำนาจการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์กร นอกจากนี้ ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ คือ การนำเสนอการบริการที่มีความสอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพราะการให้บริการนั้นไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถวัดคุณภาพการบริการได้จากความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดความพอใจในการบริการและคิดว่าตรงตามความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง แต่ถ้าลูกค้ารู้สึกว่าการบริการจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณภาพบริการไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบริการที่พึง ด้านความเข้าใจในการบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

คุณภาพบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รัชดา จีพัฒน์นาค (2553 : 15) ให้แนวทางในการพัฒนาสถานที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าประกอบด้วย 5 ด้าน คือ (1) ด้านกายภาพ (2) ด้านสิ่งแวดล้อม (3) ด้านสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรมบ้านเรือน (4) ด้านบุคคล และ (5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการศึกษาศักยภาพของชุมชนสามเรือนสำหรับการจัดทำที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้สำหรับแนวคิดที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำที่พักแรม โดยกำหนดว่า ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้นิยมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ (Nature-based tourism) โดยที่พักจะถูกออกแบบ

และสร้างให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ทางธรรมชาติให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยลักษณะที่สำคัญประกอบด้วย (1) มีการออกแบบที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติ (2) ลดการใช้ทรัพยากรประเภทใช้แล้วหมดไป (3) ใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (4) ทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด (5) สนับสนุนให้เกิดการศึกษาวิจัยและเกิดการอนุรักษ์ ในท้องถิ่น (6) ใช้สื่อที่มีคุณภาพในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม ท้องถิ่น

ดังนั้น คุณภาพบริการที่พิกนั้นว่าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจที่พิกสำหรับการท่องเที่ยว เชนนิเวศ โดยทั่วไปแล้วการให้บริการที่พิกสำหรับการท่องเที่ยวเชนนิเวศ และควรมีองค์ประกอบสำคัญ คือ จะต้องมึระบบก่าจัดของเสียต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ และมีการใช้พลังงาน จากแหล่งธรรมชาติ เช่น พลังงานน้ำ ลม แสงแดด และสามารถที่จะหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมถึงรถยนต์ต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้ต้องไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังจะต้อง ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

การให้บริการที่พิก

ปัจจุบันการออกแบบที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชนนิเวศ ยังไม่มีข้อกำหนด หรือเกณฑ์มาตรฐานที่จะนำมาบังคับใช้ให้เป็นรูปแบบเดียวกัน แต่สามารถนำแนวคิดของนักวิชาการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการบริการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ ในการออกแบบแหล่งที่พิกเชนนิเวศ เนื่องจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน มักมีความ ต้องการพบความแปลกใหม่และไม่มีความจำเใจในการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับการพิกแรมถือเป็น ปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาให้รูปแบบที่พิกแรม มีความหลากหลาย ซึ่งการพิกแรมแบบแคมป์ปิ้งเป็นการพิกแรมรูปแบบใหม่ ที่ได้รับความสนใจ จากนักท่องเที่ยว แต่การพัฒนาพื้นที่สำหรับการพิกแรมแบบแคมป์ปิ้งสำหรับเอกชนยังมีอยู่น้อย ซึ่งส่วนใหญ่ที่สมบูรณ์มักอยู่ในพื้นที่ของภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการเกือบทั้งหมดอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ต่าง ๆ

ธุรกิจร้านอาหาร และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพและการบำบัด

สำหรับธุรกิจด้านอาหารโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักจะพอใจกับการกินอยู่ในแบบที่ คนในท้องถิ่นนั้นบริการให้ เพราะถือเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตอีกแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ดังนั้น ร้านอาหารโดยส่วนใหญ่จะเป็นในรูปของการบริการ อีกรูปแบบหนึ่งที่มีให้พร้อมกับการให้บริการที่พิก อาหารที่มีไว้บริการส่วนใหญ่ก็จะเน้นเป็นอาหารพื้นเมืองสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพก็เช่นเดียวกัน จะเป็นการบริการอีกรูปแบบหนึ่งที่คนในท้องถิ่นนั้นมีไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการบำบัด

และรักษาสุขภาพจากคุณประโยชน์อันมากมายของธรรมชาติ อาทิ การนวด การผ่อนคลายด้วยสมุนไพรจากธรรมชาติ หลังจากที่พักท่องเที่ยวเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทางหรือการท่องเที่ยวผจญภัยต่าง ๆ

บริษัทจัดนำเที่ยว

สำหรับธุรกิจจัดนำเที่ยวนั้นมีมากมาย แต่สิ่งที่จะนำเสนอในแง่ของการประเมินหรือการพิจารณาถึงแนวทางการปฏิบัติงาน หรือการดำเนินงานที่แต่ละบริษัทควรคำนึงถึงในการจัดนำเที่ยวในเชิงนิเวศ ด้วยเหตุผลประการหนึ่งก็คือ ร่วมกันทำให้การท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์น้อยที่สุด

ข้อควรคำนึงถึงในการปฏิบัติงานของบริษัทจัดนำเที่ยว

1. บริษัทควรตระหนักว่าการจัดนำเที่ยวเพื่อการศึกษาหาความรู้ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นต้องเป็นไปเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเป็นหลัก
 2. มีการเตรียมพร้อมในเรื่องของข้อมูลอย่างดี เพื่อเป็นการเตรียมให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงสิ่งที่การกระทำที่จะเป็นการรบกวน หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมโดยไม่ได้ตั้งใจ
 3. การเดินทางต้องให้เกิดผลกระทบกับธรรมชาติในแหล่งนั้นให้น้อยที่สุด
 4. บริษัทต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ทางด้านการเงิน และส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ
- ในท้องถิ่น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ข้อกำหนดลักษณะที่พึงในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทำเลที่ตั้งและสถานที่ท่องเที่ยว สามารถกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านบริการที่พึง

จากการศึกษาวิจัยและผลงานเขียนของนักวิชาการพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1.1 ความคาดหวังของผู้รับบริการ กล่าวอย่างรวบรัดได้ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้รับบริการเกี่ยวกับการบริการที่เขาจะได้รับเมื่อเขาไปใช้บริการ จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยขอประมวลเสนอให้เห็นว่า ความคาดหวังในเรื่องคุณภาพในการให้บริการนี้ มีระดับที่แตกต่างกันออกไปโดยยึดเอาเกณฑ์การพิจารณาความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการได้กล่าวคือในระดับต้น หากผู้รับบริการไม่พึงพอใจ จะแสดงให้เห็นว่าคุณภาพในการให้บริการมีน้อย ในระดับที่สอง หากผู้รับบริการมีความพึงพอใจ แสดงว่าคุณภาพในการให้บริการ และในระดับที่สาม หากผู้รับบริการมีความประทับใจ ย่อมแสดงว่าการให้บริการนั้นมีคุณภาพสูงหรือมีคุณภาพในการให้บริการสูง

Ziethaml, Parasuraman & Berry (1988) กล่าวว่าไว้ว่า ความคาดหวังเป็นแนวคิดสำคัญที่ได้รับการนำมาใช้สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และคุณภาพการให้บริการ ซึ่งได้เสนอตัวแบบ SERVQUAL เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการจากความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่เขาได้รับ โดยเสนอความเห็นไว้ว่า ความคาดหวังหมายถึง ความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค โดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ให้บริการอาจจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไรมากกว่า กล่าวโดยสรุปแล้ว ความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่อื่นที่จะได้รับบริการจากหน่วยงานหรือองค์การที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ย่อมมีระดับที่แตกต่างกันไป มากบ้างน้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่าประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น และความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ หากได้รับการตอบสนองหรือได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวังแล้ว ก็ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ ในงานวิจัยหลายชิ้น นอกจากจะศึกษาการรับรู้ในคุณภาพในการให้บริการแล้ว ยังมีการศึกษาความคาดหวังในการให้บริการเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการกันอย่างกว้างขวางเช่นเดียวกัน

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013 : 12) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการ (Service quality) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามี ความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

Ziethaml, Parasuraman & Berry ได้เสนอมุมมองของการพิจารณาคุณภาพในการให้บริการจากความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับบริการอีกด้วย นักวิชาการกล่าวกันไว้ว่า โดยทั่วไปนั้น ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการหนึ่งบริการใด ย่อมเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการประกอบกันหรือเป็นตัวกำหนด และปัจจัยเช่นนั้นก็กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการ นอกเหนือไปจากการรับรู้ ซึ่งจะเห็นได้จากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอว่า คุณภาพในการให้บริการ เป็นความแตกต่างของบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังนั่นเอง ในประการนี้ ซีแธมส์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ ได้กำหนดปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด (Determiner) ความคาดหวังของผู้รับบริการไว้ 4 ประการด้วยกันดังนี้ (Ziethaml, Parasuraman & Berry, 1990 : 19)

ประการแรก การบอกแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth communication) ความคาดหวังที่เกิดจากการบอกเล่าปากต่อปาก หมายถึง ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกเล่าที่รับทราบ

จากคำแนะนำของเพื่อน หรือญาติสนิทที่เคยไปรับบริการในสถานที่แห่งนั้นมาก่อน และพบว่ามีการให้บริการเป็นอย่างดี อันทำให้ผู้ฟังเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการเช่นนั้น

ประการที่สอง ความต้องการส่วนบุคคล (Customer's personal needs) ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้ระดับความคาดหวังของบุคคลอยู่ในระดับที่ลดลงจากเดิมก็ได้

ประการที่สาม ประสบการณ์ในอดีต (Past experience) ความคาดหวังอันเกิดจากประสบการณ์ในอดีต มีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านการบริการที่เคยได้รับ และมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ทั้งนี้ ประสบการณ์นั้นอาจจะเป็นประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจก็ได้

ประการที่สี่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (External communication) เป็นความคาดหวังที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารเพื่อโน้มน้าวผู้รับบริการ ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารทางตรง และการสื่อสารทางอ้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การให้บริการด้วยความจริงใจ ตรงต่อเวลา เป็นต้น

Tenner & Detoro (1992 : 68 - 69) ได้เสนอถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการรับบริการของผู้รับบริการไว้เช่นกัน ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ผู้รับบริการ มีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนได้รับการตอบสนองหรือบรรลุผลอย่างครบถ้วน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการให้บริการนั้นโดยทำการเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริงที่เคยได้รับ ก่อนที่จะชำระค่าบริการเสมอ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อได้รับการที่ตอบสนองต่อความต้องการของเขา ดังนั้น ในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในการให้บริการ จึงจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถทำนายความคาดหวังของผู้รับบริการ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการประกอบได้ด้วย

- 1) ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
- 2) ระดับของการปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจ
- 3) ความสัมพันธ์ของงานบริการที่สำคัญ
- 4) ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุปได้จากทัศนะของนักวิชาการหลายท่านดังที่ได้หยิบยกมานำเสนอข้างต้น คุณภาพการให้บริการ เป็นเรื่องของการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งนอกจากจะมีมิติหรือครอบคลุมถึงเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมในการให้บริการ การสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ ความเป็นธรรมและอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการรักษาความลับสัญญาขององค์กร หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการด้วย และโดยทั่วไปนั้น การรับรู้ในคุณภาพการให้บริการหรือคุณภาพของการบริการ จะผูกพันหรือยึดโยงกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อสองสิ่งคือการรับรู้และความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Technical quality of outcomes)

ซึ่งเป็นเรื่องของผลงานหรือบริการที่ผู้รับบริการได้รับ และคุณภาพของกระบวนการบริการ (Functional quality of process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในแต่ละสถานการณ์และพฤติกรรมการบริหารที่ผู้ให้บริการแสดงออกมา ซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไปโดยสังเขป

1.2 การรับรู้กับคุณภาพการให้บริการ ในเชิงทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม การรับรู้หมายถึง สามารถอธิบายได้อย่างสั้น ๆ คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบ ๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คน อาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธีการยอมรับถึงตัวกระตุ้น (Recognize) การเลือกสรร (Select) การประมวล (Organize) และการตีความ (Interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตาม ยังขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่น ๆ ทั้งนี้ มิติของการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ (The definition and dimensions of perceived service quality) นักวิชาการเห็นพ้องกันว่าประกอบไปด้วย (1) เวลา หมายถึงเวลาของการตัดสินใจว่าจะใช้บริการเมื่อใดหรือในช่วงใด (2) เหตุผล ในการตัดสินใจใช้บริการนั้น เป็นการตัดสินใจที่ผู้ใช้บริการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่ได้ลงไป (3) การบริการเนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จึงต้องมีการประเมินหรือการวัดคุณภาพการให้บริการจากผู้รับบริการหรือลูกค้า (4) เนื้อหา โดยคุณภาพการให้บริการครอบคลุมถึงความรู้ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral) ของผู้รับบริการ (5) บริบท (Context) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากบริการหรือปัจจัยสถานการณ์ และ (6) การรวม (Aggregation) โดยที่พฤติกรรมการใช้บริการนั้น จะได้รับการพิจารณาว่าเป็นเรื่องของการทำงานธุรกิจ หรือความต้องการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

1.3 ประสบการณ์การรับบริการกับคุณภาพการให้บริการ ประสบการณ์ในอดีตที่เกี่ยวกับการรับบริการในทางทฤษฎีแล้วถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลหรือส่งผล หรือเป็นตัวกำหนดความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการของผู้รับบริการเช่นที่ได้กล่าวโดยอาศัยทัศนะของซีแธมล์ พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman & Berry) อันมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ในทางการตลาด ประสบการณ์ของการเคยรับบริการ นับเป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ของธุรกิจบริการหนึ่งใน 7 องค์ประกอบ (7 P' s) ที่นักการตลาดคำนึงถึงในการจัดการทางด้านการตลาดของสินค้าหรือบริการ

ดังนั้นจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการและคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรเพื่อนำเสนอแนวทางการกำหนดคุณภาพบริการด้านบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านบริการที่พัก

คุณภาพบริการด้านบริการที่พัก	ผลงานวิจัย					
	รัชดา จีพัฒน์วาท (2553)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	กนิษฐาริน จิโนวัฒน์ (2550)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)	ศรัณญา หงส์แพง (2553)	สมชาย เตชะพรหมพันธุ์ และ ภัทราพร สร้อยทอง (2554)
1. ด้านกายภาพ	✓		✓	✓		
2. ด้านสิ่งแวดล้อม/มีการออกแบบที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	✓				✓	✓
3. ด้านสิ่งก่อสร้างสถาปัตยกรรมบ้านเรือน	✓					
4. ด้านบุคคล	✓					
5. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	✓				✓	
8. ทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด						✓
9. สนับสนุนให้เกิดการศึกษาวิจัยและเกิดการอนุรักษ์ในท้องถิ่น						
10. ใช้สื่อที่มีคุณภาพในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					✓	✓
11. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก		✓		✓		
12. ระบบสาธารณูปโภค		✓			✓	
13. การให้ข้อมูลทางสารอุทยานแห่งชาติ		✓				
14. การจัดการขยะและน้ำเสีย		✓				
15. การจัดการด้านสื่อ/การบริการด้านกฎระเบียบข้อบังคับการบริการด้านรักษาความปลอดภัย		✓		✓	✓	
16. ความเชื่อถือและมั่นใจ			✓			
17. ความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง			✓	✓		
18. ความไว้วางใจ/ความเข้าใจ			✓			

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

คุณภาพบริการด้านบริการที่พัก	ผลงานวิจัย					
	รัชดา จีพัฒน์วาท (2553)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	กนิษฐาริน จิโนวัฒน์ (2550)	ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล (2551)	ศรัญญา หงส์แสง (2553)	สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ และ ภัทราพร สร้อยทอง (2554)
19. ความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล			✓	✓		
20. เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม				✓		
21. การบริการด้านคมนาคมขนส่ง					✓	✓
22. การบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม					✓	
23. การบริการด้านสินค้าและของที่ระลึก					✓	

จากตารางที่ 2.2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดสถานที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านการบริการที่พัก ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพของที่พัก ด้านสิ่งแวดล้อม/มีการออกแบบที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การจัดการด้านสื่อ/การบริการด้านกฎระเบียบข้อบังคับการบริการด้านรักษาความปลอดภัย การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การกำจัดขยะ ระบบสาธารณูปโภคและการให้บริการของที่พักอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ

Bourdeau (2005 : 125) ศึกษาพบว่าองค์ประกอบของความไว้วางใจจะเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้ให้บริการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า การเป็นที่พึ่งพาอาศัยได้ ความซื่อสัตย์จริงใจ ความมีสมรรถนะในการให้บริการ การให้บริการอย่างตรงไปตรงมาและเป็นประโยชน์รวมทั้งความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ทันต่อความต้องการต่อไปในอนาคตได้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีเชิงทัศนคติในด้านความเข้าใจความรู้สึก พฤติกรรม และการกระทำ

Moorman Deshpande & Zaltman (1992 : 314) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ ความเต็มใจที่จะวางใจต่อหุ้นส่วน การแลกเปลี่ยนของคนคนหนึ่งด้วยความเชื่อมั่น ซึ่งมีกรอบแนวคิดคือ การรับรู้ว่าคุณสมบัติต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรธุรกิจด้วยความสนใจอย่างที่สุดในการใช้

บริการอยู่นั้น ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคพิจารณาผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013 : 12) ได้กล่าวถึง คุณภาพการบริการ (Service quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

Stern (1997 : 7 - 17) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่ การสื่อสาร (Communication) ความใส่ใจ และการให้ (Caring and Giving) การให้สัญญาใจ (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้ง (Conflict) และการให้ความไว้วางใจ (Trust)

1) การสื่อสาร (Communication) พนักงานควรจะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอุ่นใจ พนักงานควรแสดงความเปิดเผย และจริงใจ และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้าเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึกและความคิดร่วมกัน

2) ความใส่ใจและการให้ (Caring and giving) ความใส่ใจ และการพร้อมจะให้เป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบไปด้วย ความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีนั้น หมายความว่าองค์กรอาจจะแสดงความรู้สึกเหล่านี้จากสิ่งเล็กๆ น้อย ๆ ที่เป็นที่สังเกตเห็นได้

3) การให้สัญญาใจ (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าองค์กรควรจะยอมเสียผลประโยชน์เพื่อคงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าไว้ เช่น ที่ Treacy and Wiersema (1993 : 88) ยกตัวอย่างว่า บริษัทขายสินค้าบริษัทหนึ่งบอกแก่ลูกค้าว่า “ถ้าคุณไม่พอใจในสินค้าเต็ม 100% ตามที่คุณสั่งจากเรา ไม่ว่าจะเมื่อไร ด้วยเหตุผลใด โปรดคืนสินค้าแก่เราเพื่อแลกเปลี่ยน หรือเพื่อขอเงินคืนในราคาเท่ากับที่คุณซื้อไป นั่นคือ การแสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความปลอดภัยด้วยการยอมสูญเสียเพียงส่วนน้อย แต่ได้รับความไว้วางใจเนิ่นนาน

4) การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือ ความสอดคล้อง (Compatibility) ความเอาใจใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย ยังผลให้ลูกค้ารู้สึกดี อบอุ่น มั่นใจ และมั่นคงที่ได้รับการบริการ ลูกค้ามักจะประเมินความสะดวกสบายจากการได้รับการที่ดีจากบริษัท

5) การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict resolution) และการให้ความไว้วางใจ (trust) ถ้าองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึก “ทำตัวตามสบายเหมือนอยู่บ้าน” ได้ ก็คงจะดีกว่า

การที่องค์กรต้องมาแก้ไขสถานการณ์การขัดแย้งกับลูกค้า นั่นคือ องค์กรควรจะแสดงความรับผิดชอบ ด้วยการ “ออกตัว” ไว้ก่อนว่าถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัยหรือไม่พอใจในสินค้าและการบริการที่ลูกค้า คิดว่าตนจะเสียเปรียบ ก็ขอให้ลูกค้ารีบถาม เพื่อที่พนักงานจะได้รับชี้แจงโดยเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะโกรธ หรือไม่พอใจ

มีนา อ่องบางน้อย และพนิดา กุลศิริ (2553 : 12) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดซึ่งเกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ ลูกค้าซึ่งมีความไว้วางใจจะเกิดความรู้สึกเชื่อมั่น หรือมั่นใจต่อองค์ประกอบของสินค้าหรือบริการและผู้ให้บริการ ความไว้วางใจได้กลายเป็นตัววัดสัมพันธภาพซึ่งจับต้องได้ยากระหว่างองค์กรกับลูกค้า

ดังนั้นจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดความไว้วางใจในการบริการ ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรเพื่อนำเสนอแนวทางการกำหนดความไว้วางใจในการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจในการบริการ

คุณภาพบริการด้านความไว้วางใจ	ผลงานวิจัย						
	Bordeau (2005)	Stern (1997)	ศรีสัญญา หงส์แพง (2553)	มีนา อ่องบางน้อย และ พนิดา กุลศิริ (2553)	Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1994)	รัชดา จีพัฒน์นาวดี (2553)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)
1. ความสามารถในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	✓			✓			
2. การเป็นที่พึ่งพาอาศัยได้	✓						
3. ความซื่อสัตย์	✓				✓		
4. ความมีสมรรถนะในการให้บริการ	✓						
5. การให้บริการอย่างตรงไปตรงมา	✓						
6. ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ทันต่อความต้องการ	✓						
7. ความเชื่อมั่นต่อองค์กรธุรกิจ	✓				✓		

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

คุณภาพบริการด้านความไว้วางใจ	ผลงานวิจัย						
	Bourdeau (2005)	Stern (1997)	ศรีญา หงส์แพง (2553)	มินา อ่องบางน้อย และ พนิดา กุลศิริ (2553)	Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1994)	รัชดา จิรพัฒน์วดี (2553)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)
8. การสื่อสาร		✓	✓	✓	✓		✓
9. ความใส่ใจและการให้		✓					
10. การให้สัญญาใจ		✓					
11. การให้ความสะดวกสบาย		✓					✓
12. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง		✓					
13. ความเต็มใจและรวดเร็วในการ ตอบสนอง							
14. ความไว้วางใจ/ความเข้าใจ							
15. รูปลักษณ์ทางกายภาพ/ วัฒนธรรม ของบริการ					✓	✓	
16. ความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล					✓		
17. ความสามารถ					✓		
18. การเข้าถึงบริการ					✓		
19. ความสุภาพอ่อนโยน					✓		
20. การสร้างสิ่งที่ยึดต้องได้					✓		
21. ด้านสิ่งแวดล้อม/มีการออกแบบ ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติ			✓			✓	
22. ด้านสิ่งก่อสร้างสถาปัตยกรรม บ้านเรือน						✓	
23. ด้านบุคคล						✓	
24. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			✓			✓	

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

คุณภาพบริการด้านความไว้วางใจ	ผลงานวิจัย						
	Bourdeau (2005)	Stern (1997)	ศรีัญญา หงส์แพง (2553)	มินา อ่องบางน้อย และ พินิตา กุลศิริ (2553)	Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1994)	รัชดา จิรพัฒน์วดี (2553)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)
25. ระบบสาธารณูปโภค			✓				✓
26. การจัดการขยะและน้ำเสีย							✓
27. การบริการด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับการบริการด้านรักษา ความปลอดภัย			✓				✓

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในการบริการที่פקสำหรับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย ความสามารถในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ความซื่อสัตย์ การติดต่อสื่อสาร การให้ความสะดวกสบาย รวมทั้งความไว้วางใจด้านความปลอดภัยขณะพักอาศัย

3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน

Kotler and Kevin (2009 : 7) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใด ๆ ที่บุคคล กลุ่มหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของ สิ่งใด โดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวม หรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

Zeithaml, Parasuraman & Berry (2013 : 12) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการ (Service quality) ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจ ที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็ว จะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553 : 15) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีความตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ

ของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันที หรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552 : 63 - 83) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

จิตติมา พะนา (2550 : 12) กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

- 1) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1) ความสม่ำเสมอ
 - 1.2) ความพึงพาได้
- 2) การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย
 - 2.1) ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2) ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - 2.3) มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4) ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
- 3) ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1) สามารถในการให้บริการ
 - 3.2) สามารถในการสื่อสาร
 - 3.3) สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
- 4) การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1) ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย
 - 4.2) ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - 4.3) เวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ
 - 4.4) อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
- 5) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1) การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ
 - 5.2) ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3) ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
- 6) การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1) มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงาน

ซับซ้อนเกินไป

- 6.2) มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
- 7) ความซื่อสัตย์ (Credibility) ประกอบด้วย คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
 - 8) ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
 - 8.1) ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
 - 8.2) ความปลอดภัยด้านอื่น ๆ เช่น ภาพพจน์ ชื่อเสียง ฯลฯ
 - 9) ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1) การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2) การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3) การให้ความสนใจผู้ใช้บริการ
 - 10) การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
 - 10.1) การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ
 - 10.2) การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
 - 10.3) การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

กล่าวโดยสรุป การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่มี สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถจับต้องได้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง

ดังนั้น คุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองกับความต้องการได้ คือ การให้บริการตามมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อให้ผู้มารับบริการได้รับบริการที่ดีเลิศ ตรงตามความคาดหวังหรือมากกว่าที่ผู้มารับบริการคาดหวังไว้ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้านหลัก คือ 1) เจ้าหน้าที่ที่จะให้บริการมีศักยภาพในด้านความรู้ทางวิชาการ มีความสุภาพต่อผู้รับบริการ และมีการต้อนรับที่เหมาะสม 2) กระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ รวมทั้งผลลัพธ์ของการบริการมีคุณภาพ มีความเที่ยงตรงเชื่อถือได้และขั้นตอนไม่ยุ่งยาก และ 3) สถานที่สำหรับการให้บริการ มีความสะอาด ปลอดภัย และจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการอย่างทั่วถึงและทันสมัย โดยจากการศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตอบสนองและความต้องการดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรเพื่อนำเสนอแนวทางการกำหนดความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็ว
ในการตอบสนองของพนักงาน

คุณภาพบริการด้านความเต็มใจและ รวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ผลงานวิจัย				
	Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013)	Stern (1997)	Zeithaml et al. (1990)	กนิษฐารักษ์ จิโนวัฒน์ (2550)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)
1. การติดต่อกลับลูกค้าเมื่อถูกเรียก	✓				
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ	✓		✓	✓	✓
3. การปฏิบัติตามข้อเรียกร้องที่เร่งด่วนของลูกค้า	✓				
4. การยินดีช่วยเหลือลูกค้า	✓				
5. การสื่อสาร		✓			
6. ความใส่ใจและการให้		✓			
7. การให้สัญญาใจ		✓			
8. การให้ความสะดวกสบาย		✓			
9. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง		✓			
10. ความเชื่อถือและมั่นใจ			✓	✓	✓
11. ความไว้วางใจ/ความเข้าใจ			✓	✓	✓
12. รูปลักษณ์ทางกายภาพ/รูปธรรมของบริการ			✓	✓	✓
13. ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ			✓		
14. ความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล				✓	✓

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ ประกอบด้วย การสร้างความไว้วางใจ การสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการสื่อสารและรูปแบบของการให้บริการ

4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013 : 12) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการ (Service quality) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552 : 7) ได้กล่าวว่า บริการที่ยอดเยียมตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง บริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

นิติพล ภูตะโชติ (2551 : 10) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) การดูแลเอาใจใส่ (Care, Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ให้บริการดูแล เอาใจใส่ ให้ความสนใจเขา ให้บริการเขาเต็มความสามารถ ไม่สละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้นจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2) ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีเมตตาริฉัตรเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการ ถ้าผู้ให้บริการปฏิบัติกับลูกค้าดีมาเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเช่นกัน

3) ความซาบซึ้ง (Appreciation) ความซาบซึ้งในบุญคุณของผู้มีอุปการคุณ ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าว่าลูกค้าคือบุคคลสำคัญ จะทำให้ผู้ทำงานในธุรกิจบริการตั้งใจทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

4) ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการ คือต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงาน จะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดีและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันที

5) เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทำงานในธุรกิจให้บริการ จะต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำต่าง ๆ จากลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง การรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้เราได้ข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีขึ้นและเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

6) ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวและมีชีวิตชีวาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ดังนั้นผู้ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงาน

มีความตั้งใจในการทำงาน ให้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน

7) ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา เพราะลูกค้าจ่ายแพง สิ่งที่เขาควรจะได้รับคือความประทับใจในการบริการ ถ้าเขาไม่ได้รับความประทับใจ ก็เท่ากับว่าเขาได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป การสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึงความรู้ความสามารถของพนักงาน มีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

8) สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Initiative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุง การเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

9) ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) งานบริการเป็นงานที่ต้องทำ ความประณีต และความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ งานบริการควรหลีกเลี่ยงการทำงานในลักษณะที่มีคุณภาพต่ำ เพราะจะทำให้เกิดปัญหา งานบริการที่ดีต้องมีมาตรฐานและมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับว่า เป็นบริการระดับมืออาชีพ

10) มีคุณค่า (Value of Service) คุณค่าของงานให้บริการเกิดขึ้นจากความภาคภูมิใจของผู้มาใช้บริการ เพราะทำให้เขาได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม เหมาะสมกับเกียรติยศ ศักดิ์ศรี บารมีและตำแหน่งหน้าที่ในสังคม

11) ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สิน และบิราร สถานบริการใดที่มีความเสี่ยง ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงไม่ไปใช้บริการ ลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ถึงแม้ว่าราคาจะแพงกว่าลูกค้าก็เต็มใจที่จะจ่าย

12) ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการจะต้องให้ความจริงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และมีความจริงใจที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

13) การยอมรับนับถือ (Respect) เนื่องจากลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ ให้บริการ การยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้เกียรติและการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง พนักงานจะต้องให้เกียรติลูกค้าทั้งต่อหน้าและลับหลัง

14) ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) สิ่ง que ลูกค้าปรารถนา คือ ความพึงพอใจในการบริการที่เขาได้รับ เห็นคุณค่าของการบริการที่เขาได้รับ

จากคำนิยามของคุณภาพการให้บริการสรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจได้นั้น คือ การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง ซึ่งตรงกับ

ความต้องการที่คาดหวังไว้และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่าประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดีเช่นกัน

โดยจากการศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการตอบสนองและความต้องการดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรเพื่อนำเสนอแนวทางการกำหนดความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ เพื่อให้สามารถสร้างความเชื่อมั่นและพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ผลงานวิจัย				
	Zietham, Parasuraman & Berry (2013)	Stern (1997)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	ศรัญญา หงส์แสง (2553)	นิติพล ภูตะโชติ (2551)
1. ความรู้และทักษะของพนักงาน	✓				
2. ความมีชื่อเสียงของบริษัท	✓				
3. บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ	✓				
4. สมรรถนะ ความสุภาพ และการให้ความรู้สึกลอดภัยของพนักงาน	✓				
5. การจัดการด้านสื่อสาร/การบริการด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับการบริการด้านรักษาความปลอดภัย		✓	✓	✓	
6. ความใส่ใจและการให้/การเอื้ออาทรช่วยเหลือ		✓			✓
7. การให้สัญญาใจ		✓			
8. การให้ความสะดวกสบาย		✓	✓		
9. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง		✓			
10. ระบบสาธารณูปโภค			✓	✓	
11. การให้ข้อมูลข่าวสารอุทยานแห่งชาติ			✓		
12. การจัดการขยะและน้ำเสีย			✓		

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือและมั่นใจ ในการใช้บริการ	ผลงานวิจัย				
	Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013)	Stern (1997)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	ศรัณญา พงษ์แพง (2553)	นิติพล ภูตะโชติ (2551)
13. ด้านสิ่งแวดล้อม/มีการออกแบบที่กลมกลืนกับ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ				✓	
14. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว				✓	
15. ใช้สื่อที่มีคุณภาพในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว				✓	
16. การ чаบซึ่ง					✓
17. ความพร้อมของผู้ให้บริการ					✓
18. เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น					✓
19. ความกระตือรือร้น					✓
20. ความประทับใจ					✓
21. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ					✓
22. ความประณีตเรื่องบริการ					✓

จากตารางที่ 2.5 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ ประกอบด้วย การจัดการด้านสื่อสาร การบริการด้านรักษาความปลอดภัย เช่น ที่พัก และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งความใส่ใจในการให้บริการของพนักงาน

5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับความเอาใจใส่

Roger (1951 : 5) ผู้เป็นบิดาแห่งนักจิตวิทยา ได้นิยามความหมายของความเอาใจใส่ หรือ Empathy หมายถึง การเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น เช่นเดียวกับการสวมบทบาทเป็นคน ๆ นั้น สอดคล้องกับความหมายของ Goleman (1995 : 27) กล่าวว่า ความเอาใจใส่ หรือความเอาอกเอาใจ หมายถึง การแสดงออกความรู้สึกร่วมทางความคิดความต้องการ และความปรารถนาดี

กับผู้อื่นรอบข้าง โดยมีเจตนาที่จะตอบสนองความต้องการและสร้างความสบายใจแก่พวกเขาเหล่านั้น สำหรับมุมมองของ ทศนีย์ สุริยะไชย (2554 : 12) ที่ได้นำเสนอความหมายในเชิงการใช้กลไกทางสมองที่ทำให้เกิดความเอาใจใส่ ซึ่งอธิบายว่า ความเอาใจใส่ คือ เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจทางความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น โดยสมมติให้ตนเองไปอยู่ในบทบาทของผู้อื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้สึกเชิงบวกและเชิงลบ ผู้ที่มีทักษะการวิเคราะห์ที่ดีจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม มีการค้นพบว่า ความเอาใจใส่เป็นทักษะของมนุษย์ที่มีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด สัมมาเรื่อย ๆ โดยใช้ประสบการณ์ชีวิตร่วมกับคนในสังคม เช่นเดียวกับ ศักดา ปันหนึ่งเพชร (2556 : 5 - 6) ได้อธิบายคำว่า Empathy เป็นการแสดงออกถึงความเข้าใจหรือความเห็นใจแก่ผู้อื่น โดยเลือกใช้วิธีการสื่อสารเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างบุคคลในองค์กร รวมถึงการให้อภัยผู้อื่นจากการกระทำที่ผิดพลาดทั้งตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ นอกจากนี้ความเข้าใจหรืออาจเรียกว่าความเห็นใจ สามารถแสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ เช่น การพูดให้กำลังใจ การทำความเข้าใจกับลักษณะเฉพาะบุคคล เป็นต้น และ ปัทมา โกมุทบุตร (2557 : 29) ได้ขยายความหมายของ Empathy ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสื่อสารซ้ำหลาย ๆ ครั้ง มีความแตกต่างจากการสื่อสารทั่วไปที่ให้ความสำคัญกับอารมณ์ของผู้ฟัง สามารถรับได้ว่าเป็นพวกเดียวกันและลดความวิตกกังวลที่กำลังจะเกิดขึ้นในมุมมองของกลุ่มนักวิชาต่างชาติ เช่นเดียวกับ Suchamann และคณะ (2014) ได้อธิบายความหมายของ Empathy เป็นทักษะความสามารถในการสัมผัสถึงอารมณ์โดยใช้สติปัญญาโต้ตอบ พร้อมกับการนำอารมณ์เข้าไปมีส่วนร่วมับความรู้สึกของผู้อื่น สามารถสื่อสารออกมาได้อย่างเข้าใจและถูกต้องตามความต้องการ

ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความสามารถระดับบุคคลที่จะต้องอาศัยทักษะทางความคิดอย่างเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพทางอารมณ์ในระดับที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น เพื่อสร้างสรรค์กระบวนการสื่อสารที่แสดงออกถึงความเข้าใจในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการและยังมีส่วนช่วยลดความขัดแย้งระหว่างบุคคล เกิดเป็นการสร้างความสัมพันธ์อย่างยั่งยืนต่อการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมีความสุข

ความสำคัญของความเอาใจใส่

การสร้างควมเอาใจใส่กับนักท่องเที่ยว โดยการออกแบบกิจกรรมให้เป็นไปตามความต้องการและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเดิม เนื่องจากพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานต่ออิสระ เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงรสนิยมส่วนบุคคล นิสัยใจคอ ความเต็มใจ และการแสดงอารมณ์ของตัวเองออกมา (Reisinger และ Steiner, 2006 : 198) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Costa และ Gliniaia (2003 : 198) ได้ค้นพบว่า ผู้ให้บริการเป็นแรงงานสำคัญของธุรกิจบริการท่องเที่ยว ควรพัฒนาความสามารถของพฤติกรรมการเป็นผู้ที่มีความเอาใจใส่ที่ดี โดยใช้วิธีการวิจัยในอนาคตและการฝึกอบรมรูปแบบใหม่ ได้แก่ การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน

ที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ การทดสอบ ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ และการพัฒนาความเอาใจใส่ ในอนาคต สำหรับ Caton (2014 : 196) นำเสนอในมุมมองโต้แย้งเกี่ยวกับการทำความเข้าใจ ของสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งความเอาใจใส่ของผู้ประกอบการไม่ใช่แค่เพียงแค่การศึกษารสนิยม แต่ต้องรับรู้อารมณ์ เป็นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง ปัญหาจากการขาดความเอาใจใส่ ด้านอารมณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Robinson (2012) ที่อธิบายว่าความเอาใจใส่พิจารณาจากพื้นฐานอารมณ์ของมนุษย์แต่ละบุคคลที่ระดับแตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ วรสุภา ชมวงศ์ (2552 : 39) ได้นำเสนอข้อดีของความเอาใจใส่ในโรงแรม ช่วยลดช่องว่างที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้ให้บริการแต่ละคน ได้แก่ (1) ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ สามารถสร้างความรู้สึกพิเศษแก่ผู้รับบริการ (2) ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการสามารถสร้างความเข้าใจ ในความต้องการของผู้รับบริการ (3) ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม (4) ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการคือการแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจ กับผู้รับบริการ และ (5) ความเอาใจใส่ของโรงแรมเป็นการกำหนดช่องทางการเข้าถึงโรงแรม ให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มีความประสงค์ ที่จะส่งเสริมความเป็นมืออาชีพแก่บุคลากรให้มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการ จำเป็นที่จะต้องกำหนด เกณฑ์มาตรฐาน หรือตัวชี้วัดให้ชัดเจน เช่น การจดจำคุณลักษณะของผู้รับบริการแบบรายบุคคล การวิเคราะห์ความต้องการและรสนิยม การเลือกวิธีสื่อสารด้วยความเข้าใจ การแสดงอารมณ์ ให้สอดคล้องกับผู้รับบริการ เป็นต้น ลำดับต่อมาผู้ประกอบการควรออกแบบวิธีการฝึกอบรมพัฒนา ทักษะที่ สนับสนุนให้เกิดความเอาใจใส่ รวมถึงการตรวจสอบผลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่มีต่อการบริการ เพื่อนำจุดบกพร่องกลับมาปรับปรุงแก้ไขในการปฏิบัติงานครั้งต่อไป

Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013 : 12) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการ (Service quality) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้า แต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเห็นอกเห็นใจและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่าง ในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

อย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณภาพการให้บริการย่อมส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว สูงสุด โดยผู้ประกอบการคำนึงลักษณะที่ปรากฏ ต้องสามารถสร้างความประทับใจ เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย ความสวยงาม รวมถึงการออกแบบกระบวนการให้บริการอย่างมีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน คำนึงความรวดเร็วและตรงต่อเวลา ซึ่งจะต้องอาศัยการนัดหมายล่วงหน้าและผู้ให้บริการต้องแสดงออกถึง ความเต็มใจในการให้บริการ พร้อมกับการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจ อย่างถูกต้อง รวมถึงการติดตามปัญหาแก่ผู้ให้บริการ การแสดงความกระตือรือร้นในการตอบข้อซักถาม

ซึ่งบุคลากรผู้ให้บริการต้องเตรียมความพร้อมด้านความรู้และทักษะในการบริการที่เป็นเลิศ สามารถใช้เครื่องมือที่ทันสมัย ตลอดจนการมีกิจกรรมส่งเสริมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในครั้งต่อไป (อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง, 2559 : 129)

โดยจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรเพื่อนำเสนอแนวทางการกำหนดความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการได้ ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 สรุปตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ผลงานวิจัย				
	Ziehmali, Parasuraman & Berry (2013)	Stern (1997)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)	นิติพล ภูตะโชติ (2551)
1. การรับฟังความต้องการของลูกค้า	✓				
2. การให้บริการเป็นรายบุคคล	✓			✓	
3. มีการติดต่อสื่อสารที่ดี และมีความเข้าใจลูกค้า	✓			✓	
4. การจัดการด้านสื่อสาร/การบริหารด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับการบริการด้านรักษาความปลอดภัย		✓	✓	✓	
5. ความใส่ใจและการให้/การเอื้ออาทรช่วยเหลือ		✓			✓
6. การให้สัญญาใจ		✓			
7. การให้ความสะดวกสบาย/สิ่งอำนวยความสะดวก		✓	✓	✓	
8. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง		✓			
9. ระบบสาธารณูปโภค			✓		
10. การให้ข้อมูลข่าวสารอุทยานแห่งชาติ			✓		
11. การจัดการขยะและน้ำเสีย			✓		
12. ด้านสิ่งแวดล้อม/มีการออกแบบที่กลมกลืนกับ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ					

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ผลงานวิจัย				
	Zietham, Parasuraman & Berry (2013)	Stern (1997)	กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2551)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)	นิติพล ภูตะโชติ (2551)
13. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
14. ใช้สื่อที่มีคุณภาพในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
15. การ чаบซึ่ง					✓
16. ความพร้อมของผู้ให้บริการ					✓
17. เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น					✓
18. ความกระตือรือร้น					✓
19. ความประทับใจ					✓
20. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ					✓
21. ความประณีตเรื่องบริการ					✓
22. เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม				✓	

จากตารางที่ 2.6 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ สามารถทราบถึงความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นแก่ลูกค้า การคำนึงถึงความปลอดภัย การให้บริการด้านการอำนวยความสะดวกที่หลากหลายเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคล รวมถึงความเข้าใจและการยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ (2555) อธิบายว่า การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรจะช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายได้ ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากร จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกันตามไปด้วย โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังนี้

1. เพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาตั้งแต่กำเนิด ประกอบด้วย ประชากร เพศชาย และเพศหญิง โดยเพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่าง ๆ ในแต่ละช่วงวัยให้แตกต่างกัน ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม และทัศนคติ แตกต่างกัน เพราะวัฒนธรรม และสังคม เป็นตัวกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงความแตกต่างในด้านพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารและการรับสาร กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชาย ยังมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ เป็นลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของชีวิตอยู่ หรือตามวัยของบุคคล ความแตกต่างทางด้านอายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของ ความคิดและพฤติกรรม กล่าวคือ บุคคลที่มีอายุต่างกันก็จะมี ความแตกต่างทางด้านวิวุฒิและ ประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมา ส่งผลให้ความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่าง ๆ แตกต่างกัน อายุยังเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสนใจ และอารมณ์ที่แตกต่างกันเพราะกระบวนการคิดและ การตัดสินใจกลั่นกรองมาจากประสบการณ์ คนที่อายุน้อยมักมีความคิดแบบเสรีนิยม และมองโลก ในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ขณะเดียวกันคนที่อายุมาก มักจะมีความคิดที่เป็นอนุรักษ์นิยมยึดถือ การปฏิบัติ ธรรมเนียม มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย

3. การศึกษา เป็นลักษณะทางประชากรที่บ่งบอกถึงอัตราการรู้หนังสือและความสามารถในการรับข่าวสาร กล่าวคือ ความแตกต่างทางการศึกษาเป็นปัจจัยที่บุคคลมีความรู้ ความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางและลึกซึ้งต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงได้เปรียบ ในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความรู้กว้างขวาง และไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีเหตุผลสนับสนุน นอกจากนี้ บุคคลที่ได้รับระดับการศึกษา ยุคสมัย ระบบการศึกษา และสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ก็จะมี ความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นลักษณะทางประชากรที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ รายได้ ศาสนา การสมรส และสถานภาพสังคมของบุคคลหนึ่ง ๆ ที่สามารถส่งผลให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมจะเป็นตัวบ่งชี้เรื่องที่กลุ่มจะสนใจ รับรู้ข่าวสารและการรับสารแตกต่างกัน

จากแนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ต่าง ๆ นั้นมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ประกอบในการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอย่างไร โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้วางแผนในการพัฒนาคุณภาพการบริการที่พึงเชิงนิเวศ ตลอดจนเพื่อ ส่งเสริมพฤติกรรม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้เพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

กนิษฐาริณ จิโนวัฒน์ (2550) ศึกษา เรื่อง คุณภาพบริการของโรงแรมใบไม้เขียวในเขตภาคใต้ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยคุณภาพบริการ 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยรูปลักษณ์ทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง ความเชื่อถือและมั่นใจ และความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล และศึกษาความคาดหวัง คุณภาพบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสร้างแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคาดหวังคุณภาพบริการต่อโรงแรมใบไม้เขียวในเขตภาคใต้ โดยรวมทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยความเชื่อถือและมั่นใจเป็นปัจจัยที่ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความคาดหวังคุณภาพบริการสูงสุด และปัจจัยรูปลักษณ์ทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติคาดหวังคุณภาพบริการต่ำที่สุด ปัจจัยที่ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติคาดหวังคุณภาพบริการแตกต่างกัน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยความไว้วางใจลูกค้าชาวไทยคาดหวังคุณภาพบริการสูงกว่าชาวต่างชาติ และปัจจัยความเข้าใจลูกค้ารายบุคคลลูกค้าชาวต่างชาติคาดหวังคุณภาพบริการสูงกว่าชาวไทย การรับรู้คุณภาพบริการลูกค้าชาวไทยประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริง โดยรวมทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยรูปลักษณ์ทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ลูกค้าชาวไทยประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงสูงสุด และปัจจัยความเข้าใจลูกค้ารายบุคคลประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงต่ำที่สุด สำหรับลูกค้าชาวต่างชาติประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงโดยรวมทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยความเชื่อถือและมั่นใจเป็นปัจจัยที่ลูกค้าชาวต่างชาติประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงสูงสุด และปัจจัยความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล เป็นปัจจัยที่ประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงต่ำที่สุดลูกค้าชาวไทยกับชาวต่างชาติประเมินคุณภาพบริการที่ได้รับจริงไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย

รุ่งนภา ทิวประยูร (2550) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียน พาลेखที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังและการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาลेखในจังหวัดชลบุรี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาลेखในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และคำนวณเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการตามระดับสิ่งที่คาดหวังและการตอบสนองที่ได้รับจากการบริการในปัจจุบันของคุณภาพในการบริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการตอบสนองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาลेख 1) ด้านสิ่งที่จำเป็นต้องได้ ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องบุคลิกภาพและความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานในโรงแรม 2) ด้านความน่าเชื่อถือ ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องการบริการได้อย่างตรงต่อเวลาของพนักงานในโรงแรม 3) ด้านการตอบสนอง ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องความจริงใจที่จะช่วยเหลือทุกสิ่งทุกอย่างของพนักงานในโรงแรม 4) ด้านความเชื่อมั่น ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องความสามารรถตอบคำถาม หรือข้อสงสัยของพนักงานในโรงแรม และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ ต้องการให้เพิ่มคุณภาพของการบริการในเรื่องการให้ความใส่ใจต่อคำร้องของลูกค้า

ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล (2551) ศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งพบว่า มาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) การบริการของพนักงานโรงแรมและการรักษาความปลอดภัย 2) ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของโรงแรม 3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม 4) การเข้าใจความต้องการของแขกที่มาใช้บริการโรงแรม 5) ความพร้อม ความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการ และ 6) เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม โดยขั้นตอนการพัฒนามาตรวัดนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม 2) ขั้นตอนการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม 3) ขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพการบริการ และ 4) ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัดที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way-ANOVA) แบบสอบถามประกอบด้วย องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว จำนวน 48 ข้อ สร้างขึ้นตามมาตรวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman ที่มี 5 องค์ประกอบ 22 ข้อ โดยอาศัยข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยในอดีตและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มเติมซึ่งแบบสอบถาม 48 ข้อ นี้ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม

ของบริการ องค์ประกอบความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และการเข้าใจ การรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่าคะแนนคุณภาพบริการที่ได้จากการคำนวณค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่ประกอบด้วยองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโรงแรมในเชียงใหม่ที่วิเคราะห์ได้ จำนวน 40 ข้อนั้น สอดคล้องกับคะแนนคุณภาพบริการโดยรวมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไว้ในส่วนท้ายของแบบสอบถาม และองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโรงแรมในเชียงใหม่ที่วิเคราะห์ได้นั้น สามารถนำไปสร้างมาตรฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ทั้ง 4 กลุ่มจริง

บุปผา พิกุลแก้ว และคณะ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและ สอบถามผู้ประกอบการภาคธุรกิจ (นำเที่ยวร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ที่พัก) จำนวน 205 ราย พบว่า ความร่วมมือของภาคธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการจัดกิจกรรมเที่ยวน้ำตก ร่องลงมา คือ ดำน้ำ ดูปะการัง และภาคธุรกิจให้ความร่วมมือทางอ้อมในการรักษาสภาพแวดล้อมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การวางแผนพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเสริมสร้างพัฒนาอาชีพ การจัดการ ส่วนผู้นำท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วม และช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ข้อจำกัด คือ เส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน ระบบการขนส่งโดยเฉพาะ รถโดยสารไม่เพียงพอ สภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีจำนวนลดลงสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศที่เป็นช่วงมรสุม และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำไม่สะอาด เป็นต้น หนึ่งใน ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ เช่น อุบัติเหตุจากการเดินทาง ภัยธรรมชาติ และ ภัยจากอาชญากรรม เช่น การโดนทำร้ายร่างกาย การโดนลักทรัพย์ และตัวแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความ ปลอดภัย เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ในประเทศไทยก็ส่งผลต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการให้ ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเดียวกัน

นภาลัย มีลา และณกจ ราชบุรี (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยว เชนิเวศกรณีศึกษานักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชนิเวศ อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยวเชนิเวศของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชนิเวศ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยวเชนิเวศ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์การให้ความรู้และเสริมสร้างนักท่องเที่ยวเชนิเวศ

คุณภาพดีให้มีจำนวนมากขึ้น โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เขตอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากการสุ่มประชากรตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 450 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ไคสแควร์ (Chi-square) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากร้อยละ 75.4 มีความรู้ความเข้าใจและสามารถตอบคำถามต่อหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้อง โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และปัจจัยด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบส่วนแนวทางการประชาสัมพันธ์ การให้ความรู้และเสริมสร้างนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศคุณภาพดีให้มีจำนวนมากขึ้นพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์ คือ อาชีพ รายได้ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสาร และความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

นัยนา ไพบูลย์ (2552) ศึกษา เรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศตามชีวิตการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวเกาะช้าง เกาะลันตา และเกาะเสม็ด โดยสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามตัวชี้วัดการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว และแบ่งการเก็บข้อมูลตามตัวชี้วัดเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) 17 ตัวชี้วัด ด้านการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) 5 ตัวชี้วัด และด้านการเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) 6 ตัวชี้วัดรวมทั้งหมด 28 ตัวชี้วัด ผลการวิจัยพบว่า สมมติฐานนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนครั้งที่มาเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าข้อเสนอแนะควรมีการบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ควรมีวิธีการและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นให้เข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวควรมีการบริหารจัดการเวลาที่สูญเสียไปในการรอคอยให้เกิดประโยชน์ ควรมีระบบการควบคุมสิ่งปฏิกูลที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวควรมีการบริหารจัดการพื้นที่ของการขนส่งให้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น ควรให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาททั้งการสนับสนุนและควบคุมการใช้ทรัพยากรให้มากขึ้น และควรมีการแก้ไขระบบเส้นทางการขนส่งของพื้นที่ท่องเที่ยวลักษณะเกาะซึ่งเป็นภูเขา มีอันตรายสูง

อิทธิพล โกมล (2553) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาบ้านวังน้ามอก จังหวัดหนองคาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของบ้านวังน้ามอก จังหวัดหนองคาย โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เกี่ยวข้องในชุมชนเป็นเครื่องมือในการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำร้อยละและการวิเคราะห์เนื้อหา ในลักษณะพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนใหญ่ เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนและเดินทางมาโดยส่วนมากทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมา พักผ่อนกับกลุ่มเพื่อนหรือผู้ร่วมงาน ซึ่งส่วนมากจะทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จัก และจำนวนครั้งของนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักผ่อนที่บ้านวังน้ำมอกส่วนมากเคยมาแล้ว 2 - 3 ครั้ง ระยะเวลาที่อยู่โฮมสเตย์ในบ้านวังน้ำมอก 2 - 3 วัน ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคน อยู่ในระดับมากกว่า 1,000 บาท และส่วนมากต้องการที่จะกลับมาพักผ่อนและท่องเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ อยากจะให้มีการบริการทางด้านนวดแผนโบราณนวด สปา ปั่นจักรยาน และควรมีป้ายบอกทางให้ชัดเจน และป้ายความรู้ทางด้านแหล่งที่มาของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งด้วย รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่าการรวมกลุ่มโฮมสเตย์ โดยอาศัยทุนทางสังคมที่เป็นจุดขายได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพักอาศัยและเก็บค่าที่พักและค่าตอบแทนตามความเหมาะสมเพื่อให้กลุ่มตั้งอยู่ได้อย่างยั่งยืน ชุมชนมีส่วนร่วมต่อกระบวนการตั้งแต่การรับรองการลงทะเบียน การบายศรีสู่ขวัญ ต้อนรับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้และตระหนักเห็นความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ เกิดความรู้สึกหวงแหน และต้องการอนุรักษ์ไว้ ชุมชนมีอาชีพ รายได้ และเกิดความเข้มแข็ง สำหรับแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ควรดำเนินการใน 3 ด้าน คือ ด้านที่พักอาศัย ควรมีการปรับปรุงห้องสุขาและจัดหาที่ทิ้งขยะให้ดีขึ้น ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ ควรจัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ให้ชัดเจน และควรมีการเพิ่มบริการด้านการนวดแผนโบราณ นวดสปา และด้านบุคลากรควรมีการจัดอบรม หรือประชุมให้ความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นระบบต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน นอกจากนั้นควรสนับสนุนและส่งเสริมให้กับกลุ่มเด็กและเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าว เพราะเด็กจะได้สืบทอดการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้ต่อไป

ศรัณญา หงส์แพง (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติภูเรืออำเภอภูเรือจังหวัดเลย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระดับความพึงพอใจแนวทางการพัฒนา และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 17 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตามวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 398 คน รวมทั้งสิ้น 445 คน เครื่องมือที่ใช้วิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามวิเคราะห์

ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลวิจัยพบว่า 1) การให้บริการทุกด้านมีปัญหาที่ให้การบริการไม่ทั่วถึง ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว 2) ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมเท่ากับ 3.72 เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การบริการด้านกฎระเบียบข้อบังคับการบริการ ด้านรักษาความปลอดภัย การบริการด้านกิจกรรมและนันทนาการ การบริการข้อมูลข่าวสารการบริการ ด้านที่พักการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการด้านคมนาคมขนส่ง การบริการด้านอาหาร และเครื่องดื่ม การบริการด้านสาธารณูปโภค การบริการด้านสิ่งแวดล้อมและการบริการด้านสินค้า และของที่ระลึก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ และลักษณะการเดินทาง ไม่มีความสัมพันธ์กัน และ 4) แนวทางพัฒนาการบริการ การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูเรือควรมีการเตรียมงบประมาณด้านบุคลากรการเงินอุปกรณ์ที่ต้องใช้รองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง (2554) ศึกษาเรื่อง การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ออกแบบให้มีองค์ประกอบเกี่ยวข้องอยู่ 4 ประการ คือ 1) เอกลักษณะและความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม 2) การให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยวและองค์กรจัดการท่องเที่ยว 3) การบริหารและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4) การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นและมีกิจกรรมชีวิตการบริหารและการจัดการ 48 ตัว พบว่า อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง มีการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับตั้งแต่ร้อยละ 79.18 ขึ้นไป ถึงร้อยละ 89.58 ของแบบจำลองแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นบนพื้นฐานของการบริหารและการจัดการเชิงอนุรักษ์เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืน อุทยานแห่งชาติในกลุ่มที่ศึกษาสามารถปฏิบัติได้ในระดับน่าพึงพอใจมากคือปฏิบัติได้มากกว่า 3 ใน 4 ของตัวชี้วัด สำหรับตัวชี้วัดที่อุทยานแห่งชาติภาคตะวันออกยังไม่ได้ดำเนินการ ได้แก่ การทำ Landmark บ่งบอกการเดินทางมาถึงอุทยานแห่งชาติ การเผยแพร่ความรู้และแนะนำอุทยานแห่งชาติทางสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ การกำหนดเขตอ่อนไหวต่อการเสื่อมโทรม การจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่อ่อนไหวต่อการเสื่อมโทรม การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่อุทยานแห่งชาติสามารถรองรับได้ การกำหนดให้มีระยะเวลาปิด - เปิด การบำบัดน้ำเสีย การหมุนเวียนการใช้พื้นที่เพื่อบริการนักท่องเที่ยวการเฝ้าติดตามการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับประชาชนชุมชนท้องถิ่นเพื่อการมีส่วนร่วมในการบริหารและการจัดการ

เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว 2) ศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ 3) ศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยทางด้านต้นน้ำปัจจัยทางด้านกลางน้ำและปัจจัยทางด้านปลายน้ำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จังหวัดนครราชสีมาและอุทยานแห่งชาติภูเรือจังหวัดเลยจำนวน 440 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัยผลการศึกษถึงผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำปัจจัยด้านกลางน้ำและปัจจัยด้านปลายน้ำ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำในภาพรวมของ 2 แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกันทั้ง 3 ปัจจัยเรียง ตามลำดับผลกระทบ คือ ปัจจัยด้านประสบการณ์ และการปฏิบัติหน้าที่ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและปัจจัยด้านทรัพยากร และศักยภาพขององค์กรด้านปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำพบว่า มีทั้งเหมือนและแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยว คือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมากที่สุดที่แตกต่างกัน คือ ลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัยสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่ด้านสถานที่และกิจกรรมสำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำพบว่ามีแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่และปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ขณะที่เป็นตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามลำดับสำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ จากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่าการพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานจะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอ โดยมีผลกระทบเล็กน้อยต่างกันทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าควรพัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมาน้อยเพียงใด เพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

วันทิกา หิริญเทศ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีและเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยช่องทางการรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเปรียบเทียบ การทดสอบและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่าระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน คือด้านพื้นที่ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการอยู่ในระดับมากการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่พบความแตกต่าง

มาลินี สนธิมูล และอิทธิกร ขำเดช (2556) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ความแตกต่างของประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักผ่อนในโรงแรมระดับ 5 ดาว และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 384 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และสัญชาติ พฤติกรรม การท่องเที่ยวในประเทศไทยและพักผ่อนในโรงแรมระดับ 5 ดาว ส่วนใหญ่ได้แก่ เหตุผลหลักที่ใช้เลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ระยะเวลาที่ใช้บริการพักผ่อนในโรงแรมระดับ 5 ดาว และช่องทางของข้อมูลข่าวสารและปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม และเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

พรลภ ประโยชน์กุล (2557) วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอเต็ลเดย์อินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ด้านอายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอเต็ลเดย์อินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต ที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานและแนวคิดที่วางไว้ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศและการศึกษานั้น ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอเต็ลเดย์อินน์ รีสอร์ท ภูเก็ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานและแนวคิดที่วางไว้ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์

ต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอติเคย์อินน์รีสอร์ทภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการของโรงแรมปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอติเคย์อินน์รีสอร์ทภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชัยพร แก้วรอด (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต วัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมและการพัฒนาการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต แบบสอบถามแบบเลือกตอบ 4 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก และรายได้ต่อเดือน แบบคำถามปลายปิด ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรม วิธีการจองห้องพัก และจำนวนวันที่เข้าพัก แบบคำถามปลายปิด ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการบริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด 3 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่ 2) ด้านการขาย/ช่องทางการจัดจำหน่าย 3) ด้านการให้บริการ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน มีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรม ระหว่าง 2 - 3 ครั้ง/ต่อปี มีวิธีการจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เข้าพักระหว่าง 2 - 3 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าบริการที่พักด่วน ระหว่าง 1,501 - 2,500 บาท และส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมที่เข้าพักจากสื่อออนไลน์ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า เพศ อายุ และอาชีพที่ต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก เพศ อายุ และอาชีพ ไม่ได้เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว

งานวิจัยต่างประเทศ

Thanika (2004) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มาใช้บริการโรงแรมใน Mauritius โดยใช้เครื่องมือที่พัฒนาจาก SERVQUAL มาทำการศึกษาและ

ประมวลผลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Factor Analysis) โดยวิธีหมุนแกนแบบมูมวาก (Varimax Rotation) เพื่อพิจารณาปัจจัยของคุณภาพบริการในการศึกษานี้ ทำการวิเคราะห์การรับรู้ถึงคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน เพื่อให้โรงแรมสามารถวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้น ๆ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากนานาชาติให้ความสำคัญกับแต่ละปัจจัยของคุณภาพบริการที่รับรู้ในระดับที่ต่างกันซึ่งพบปัจจัยคุณภาพบริการ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความน่าสนใจในการตกแต่งห้องพัก 2) ลักษณะภายนอกของพนักงานและความถูกต้องแม่นยำ 3) ความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจได้ และ 4) สภาพโดยรอบของโรงแรมและสิ่งแวดล้อม

Sung-sook Kang (2004) ศึกษา เรื่อง คุณภาพบริการและผลกระทบของคุณภาพบริการที่มีต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษาโรงแรมและเรียวกัง (โรงแรมแบบดั้งเดิม) ในญี่ปุ่น พบว่า คุณภาพบริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีอิทธิพลมาจากประเภทของที่พักร (ในที่นี้ ได้แก่ ที่พักรประเภทโรงแรม และที่พักรประเภทเรียวกัง ซึ่งแบ่งย่อยตามระดับราคาเข้าพักต่อคืน) และปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกายภาพ (Physical Aspect) 2) ผลของการติดต่อและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น (Contact Performance) 3) ผลของบริการที่ได้รับจริงจากพนักงาน (Encounter Performance) และ 4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativeness) ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพในที่นี้หมายถึงลักษณะที่พักรแบบพิเศษ คือ การพักรแรมเพียงคืนเดียว (One-nightstay) โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้สามารถอธิบายความพึงพอใจได้ถึง 87 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าในการศึกษานี้ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ล้วนเป็นปัจจัยในมิติของผลที่ตามมาจากการได้รับบริการ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพบริการโดยรวมกับการบอกเล่าต่อให้ผู้อื่น (Word of mouth) กับความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมมีความเกี่ยวข้องอย่างมากในการที่ผู้ใช้บริการ จะนำไปบอกต่อให้ผู้อื่นและการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

Jiju (2004) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ซึ่งการประมวลผลคุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ของ Zeithaml และคณะ (1990) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองความต้องการ 4) การให้ความมั่นใจ และ 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่าการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดและการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูล

พบว่า การให้บริการซ้ำเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

Akbaba (2005) ศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพบริการอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศตุรกี มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังและวัดระดับความสำคัญขององค์ประกอบในคุณภาพบริการของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมให้มีคุณภาพสูงขึ้น โดยใช้แบบสอบถามที่ปรับปรุงจาก SERVQUAL โดยมี 5 ปัจจัย ดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความเพียงพอของการบริการ ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจ และด้านความสะอาด มีกลุ่มตัวอย่าง 234 ราย พบว่า ลูกค้าโรงแรมในประเทศตุรกีคาดหวังในด้านความสะอาดสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความพร้อมของการให้บริการ และด้านความเข้าใจและการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ตามลำดับ

Bourdeau (2005) ศึกษาเรื่อง ผลการทดสอบความจงรักภักดีของการบริการใหม่ : ศึกษากรอบแนวคิดระหว่างความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและความจงรักภักดีเชิงผลได้ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,187 คน ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุกลุ่ม (Multi-group LISREL Analysis) กล่าวคือ มีการแยกโมเดลแต่ละโมเดลออกตามธุรกิจการบริการ 5 ธุรกิจ เกี่ยวกับความจงรักภักดีการบริการของธุรกิจการบริการ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการบริการที่เน้นความเพลิดเพลิน (Hedonic) ได้แก่ ธุรกิจโรงภาพยนตร์และธุรกิจการกีฬา และกลุ่มการบริการที่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก (Utilitarian) ได้แก่ ธุรกิจซักแห้งธุรกิจเสริมสวย และความพึงพอใจของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์ โมเดลการวัดความจงรักภักดีเชิงทัศนคติที่มีตัวบ่งชี้ 4 ตัวแปร คือ ความเข้าใจ คุณภาพบริการ ความรู้สึก พฤติกรรมและการกระทำได้รับผลกระทบมาจากคุณภาพการบริการความพึงพอใจของลูกค้า คุณค่าที่รับรู้ความไว้วางใจเป็นตัวหลักต้น นอกจากนั้นยังพบว่า การแสดงตัวการพิจารณาเป็นพิเศษ คำบอกเล่าความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และการมีส่วนร่วมในการปกป้องเป็นผลได้เชิงพฤติกรรม โดยตรงมาจากความจงรักภักดีเชิงทัศนคติ นอกจากนี้ ความจงรักภักดีเชิงทัศนคติ ยังได้รับอิทธิพลมาจากคุณภาพการบริการคุณค่าที่รับรู้ความพึงพอใจและความไว้วางใจ ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้สามารถทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

Xiang (2006) ศึกษาเรื่อง โครงสร้างและกระบวนการเกิดของความจงรักภักดีของลูกค้า ในด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงโครงสร้างและการเกิดขึ้นของความจงรักภักดีจากรูปแบบของโครงสร้างของการเกิดความจงรักภักดีของลูกค้าที่มี 4 รูปแบบ คือ ความจงรักภักดีที่เกิดจากการรับรู้ความจงรักภักดีที่เกิดจากอารมณ์ ความจงรักภักดีที่เกิดจากการพยายาม และความจงรักภักดีที่เกิดจากพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างของการเกิดความจงรักภักดีของลูกค้าสามรูปแบบแรกเป็นองค์ประกอบย่อยของความจงรักภักดีที่เกิดจากพฤติกรรมซึ่งความจงรักภักดีที่เกิดจากพฤติกรรมเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลมาจากทัศนคติการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ว่า

องค์ประกอบของการเกิดความจงรักภักดีของลูกค้ามาจากพฤติกรรมและทัศนคติด้านความจงรักภักดีของลูกค้า

Alén (2007) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในด้านความจงรักภักดีผ่านการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า ความจงรักภักดีในด้านความตั้งใจซื้อ/ใช้บริการ ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ และด้านความอ่อนไหว ด้านราคามีผลกระทบโดยตรงต่อการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีการนำเสนอผ่านทางกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรีสอร์ทสปาในมุมมองของนักท่องเที่ยว ส่วนความจงรักภักดีในด้านพฤติกรรม การร้องเรียนนั้นไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ต่อปัจจัยการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

Liu (2008) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อสระว่ายน้ำเอกชนต่าง ๆ ในประเทศไต้หวัน โดยเก็บแบบสอบถามจากสมาชิกของสระว่ายน้ำใน 4 เขตพื้นที่เป้าหมาย คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกของประเทศไต้หวัน จำนวน 767 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของสมาชิก ด้านอายุ รายได้ ต่อเดือน ระดับการศึกษา และประเภทสมาชิกที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ด้านคุณภาพการบริการความพึงพอใจ และความจงรักภักดีที่แตกต่างกันและทั้งคุณภาพการให้บริการความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงด้านความจงรักภักดีของลูกค้ามากกว่าด้านคุณภาพการให้บริการ

Muala and Qurneh (2012) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแปรที่สำคัญ คือ ส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจและความภักดีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดในประเทศจอร์แดน โดยการศึกษาใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ที่มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจจากประสบการณ์คุณภาพ ด้านราคาและการส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของประเทศจอร์แดนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มระดับความภักดีต่อการท่องเที่ยวได้ด้วยเช่นกัน แต่ด้านกระบวนการไม่ได้มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว ในประเทศจอร์แดน นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการท่องเที่ยวมากมายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว เช่น ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพดีหรือด้านราคา เป็นต้น

การสังเคราะห์ตัวแปร

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ตัวแปรในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพการให้บริการ ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 การสังเคราะห์ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะของคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ	ผลงานวิจัย							
	Parazuraman et al. (1985)	Zelthaml et al. (1990)	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1994)	White (1998)	Thanika Devi Juwaheer (2004)	กนิษฐาริน จิโนวัฒน์ (2550)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)	ผู้วิจัย
1. ความเชื่อถือและมั่นใจ	✓	✓	✓		✓	✓	✓	*
2. ความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง	✓	✓	✓	✓		✓	✓	*
3. ความไว้วางใจ/ความเข้าใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	*
4. รูปลักษณ์ทางกายภาพ/รูปธรรมของบริการ	✓	✓		✓		✓	✓	*
5. ความเข้าใจลูกค้ารายบุคคล	✓			✓		✓	✓	*
6. ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ		✓						
7. ความสามารถ			✓					
8. การเข้าถึงบริการ			✓					
9. ความสุภาพอ่อนโยน			✓					
10. ความซื่อสัตย์			✓					
11. ความมั่นคง			✓					
12. การสื่อสาร			✓					
13. การสร้างสิ่งของที่จับต้องได้			✓					
14. ความน่าสนใจในการตกแต่งห้องพัก					✓			

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ผลงานวิจัย						
	Parazuraman et al. (1985)	Zeithaml et al. (1990)	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1994)	White (1998)	Thanika Devi Juwaheer (2004)	กนิษฐาริน จิโนวัฒน์ (2550)	ขวัญ พัฒนาสุขมงคล (2551)
15. ลักษณะภายนอกของพนักงาน และความถูกต้องแม่นยำ							
16. สภาพโดยรวมของโรงแรม และสิ่งแวดล้อม				✓			

จากการศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Parazuraman et al. (1985), Zeithaml et al. (1990), Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1994), White (1998), Thanika Devi Juwaheer (2004), กนิษฐาริน จิโนวัฒน์ (2550) และขวัญพัฒนา สุขมงคล (2551) มาสังเคราะห์และสรุปออกมาเป็นตัวแปรตามเพื่อศึกษาคุณภาพบริการที่พักรวมทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรดังกล่าวให้เหมาะสมกับงานวิจัยจำแนกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านบริการที่พักรวมทั้งด้านความไว้วางใจในการบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล เนื่องจากตัวแปรทั้ง 5 ด้านมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาเพื่อให้ทราบคุณภาพการบริการที่ครอบคลุมทุกด้าน โดยข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการให้บริการที่พักรวมทั้งที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งสร้างความประทับใจและความพึงพอใจที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการสำรวจ เพื่อศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่พักรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประจำปี 2561 (ระหว่างเดือนตุลาคม 2560 - เดือนกันยายน 2561) จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 154,514 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 253,250 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 407,764 คน (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มาใช้บริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 250 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

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

เมื่อ	n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N แทน	ขนาดของประชากร
	e แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

$$\text{จะได้ } N = 407,764$$

$$e = 0.05$$

เมื่อแทนค่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{407,764}{1 + 407,764(0.05)^2}$$

$$n = 400 \text{ คน}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษางานวิจัย บทความวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ และความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนำมาสังเคราะห์เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสม ครอบคลุมและตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พัก และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป โดยแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพรายได้ต่อเดือนและภูมิสำเนา มีลักษณะเป็นเลือกตอบ (Multiple choice)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะเป็นเลือกตอบ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะ ดังนี้

ตอบถูก หมายถึง มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ตอบผิด หมายถึง มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ตอบแบบสอบถามมี 5 ระดับ คือ ความรู้มากที่สุด ความรู้มาก ความรู้ปานกลาง ความรู้น้อยที่สุด โดยนำมาจัดตามช่วงคะแนนจากค่าดังนี้

ความรู้มากที่สุด หมายถึง 16 คะแนนขึ้นไป

ความรู้มาก หมายถึง 14 - 15 คะแนน

ความรู้ปานกลาง หมายถึง 12 - 13 คะแนน

รู้น้อย หมายถึง 10 - 11 คะแนน

รู้น้อยที่สุด หมายถึง ต่ำกว่า 10 คะแนน

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วย

ด้านบริการที่פק	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความไว้วางใจในการบริการ	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	จำนวน 4 ข้อ

มีลักษณะเป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert' Scale Five Rating (1990 อ้างถึงใน พงษ์รัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 107 - 108) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของแบบสอบถามโดยกำหนดการแปลผลค่าเฉลี่ยจากข้อมูลที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้เกณฑ์ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00 หมายความว่า คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.19 หมายความว่า คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.60 - 3.39 หมายความว่า คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.59 หมายความว่า คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายความว่า คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยทั้งที่เป็นหนังสือตำราวิชาการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่มีการบันทึกไว้แล้วข้อมูลจากรายงานการวิจัยบทความจากวารสารที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อกำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขอบเขตที่กำหนดทั้งนี้ผู้วิจัยได้เขียนข้อคำถามโดยใช้คำที่สั้น ชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นประโยคใจความเดียว จากนั้นนำเครื่องมือที่ร่างขึ้นตรวจสอบข้อคำถามด้วยตนเอง เพื่อดูว่าใช้ถ้อยคำและใช้ประโยคชัดเจน ครอบคลุมเนื้อหาหรือไม่แล้วนำ

แบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความสมบูรณ์ ถูกต้องตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าความสอดคล้องของข้อความ กับนิยามศัพท์เฉพาะ กำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .60 ขึ้นไป (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2543)

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำคะแนนมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (1990 : 204) (ภาคผนวก ค) โดยมีค่าความเชื่อมั่นรายตัวแปรคุณภาพบริการ 0.86 และรายประเด็น ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นรายตัวแปรคุณภาพบริการ

ประเด็น	จำนวนประเด็นย่อย	ค่าความเชื่อมั่น
ด้านบริการที่พัก	4	0.861
ด้านความไว้วางใจในการบริการ	4	0.947
ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง ของพนักงาน	4	0.854
ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	4	0.803
ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	4	0.856
คุณภาพบริการ	20	0.864

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์และริชาร์ดสัน จากการนำแบบสอบถามวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 20 ข้อ เพื่อหาความเที่ยงของแบบสอบถามที่ให้คะแนนแต่ละข้อ เป็นแบบ (ผิด 0, ถูก 1) (ภาคผนวก ค) โดยมีค่าความเชื่อมั่นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ .98

ขั้นที่ 5 จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ (ภาคผนวก ง) และนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ถึงผู้บริหารอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เมื่อผู้บริหารของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี อนุญาตให้สามารถดำเนินการเก็บข้อมูลวิจัยได้ ผู้วิจัยพร้อมทีมงานดำเนินการเก็บข้อมูลงานวิจัยจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ตามวันเวลาที่ได้นัดหมาย
3. โดยจากแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้ง 400 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และระดับคุณภาพบริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ชนิดความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient)

ทั้งนี้การตัดสินใจความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลคู่ใด ๆ มีความสัมพันธ์กันในระดับใด ให้พิจารณา (รพีพรรณ ชาติหาญ, 2550 : 57 - 58) ดังนี้

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.81 - 1.00 ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.61 - 0.80 ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.41 - 0.60 ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.21 - 0.40 ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.01 - 0.20 ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสาระสำคัญเกี่ยวกับสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์เหล่านี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยมีความหมาย ดังนี้

n	แทน	จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig.	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ (Significant)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน (t-test : Independent Samples)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน (F-test one-way ANOVA)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
p	แทน	ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. วิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) ชนิดความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ

6. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(n = 400 คน)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	89	59.33	135	54.00	224	56.00
หญิง	61	40.67	115	46.00	176	44.00
2. อายุ						
20 - 25 ปี	27	18.00	30	12.00	57	14.25
26 - 30 ปี	32	21.33	60	24.00	92	23.00
31 - 45 ปี	23	15.33	75	30.00	98	24.50
46 - 50 ปี	14	9.33	61	24.40	75	18.75
มากกว่า 50 ปี	54	36.00	24	9.60	78	19.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 400 คน)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	5	3.33	0	0.00	5	1.25
มัธยมศึกษา	12	8.00	16	6.40	28	7.00
ปวช./ปวส.	18	12.00	83	33.20	101	25.25
ปริญญาตรี	59	39.33	120	48.00	179	44.75
สูงกว่าปริญญาตรี	56	37.33	31	12.40	87	21.75
4. อาชีพ						
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	7.33	22	8.80	33	16.13
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	46	30.67	60	24.00	93	54.67
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	36	24.00	47	18.80	83	42.80
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	24	16.00	61	24.40	85	40.40
อื่น ๆ นักเรียน/นักศึกษา	33	22.00	60	24.00	106	46.00
5. รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	12	8.00	7	2.80	19	4.75
10,000 - 15,000 บาท	14	9.33	40	16.00	54	13.50
15,001 - 20,000 บาท	18	12.00	12	4.80	30	7.50
20,001 - 25,000 บาท	23	15.33	57	22.80	80	20.00
25,001 - 30,000 บาท	37	24.67	12	4.80	49	12.25
มากกว่า 30,000 บาท	46	30.67	122	48.80	168	42.00
6. ภูมิลำเนา						
กรุงเทพหรือปริมณฑล	38	25.33	-	-	38	25.33
ภาคกลาง	55	36.67	-	-	55	36.67
ภาคเหนือ	12	8.00	-	-	12	8.00
ภาคตะวันออก	3	2.00	-	-	3	2.00
ภาคตะวันตก	26	17.33	-	-	26	17.33
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3	2.00	-	-	3	2.00
ภาคใต้	13	8.67	-	-	13	8.67

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 400 คน)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
7. ทวีป (ชาวต่างชาติ)						
ทวีปเอเชีย	-	-	30	12.00	30	12.00
ทวีปแอฟริกา	-	-	30	12.00	30	12.00
ทวีปอเมริกาเหนือ	-	-	62	24.80	62	24.80
ทวีปอเมริกาใต้	-	-	6	2.40	6	2.40
ทวีปแอนตาร์กติกา	-	-	4	1.60	4	1.60
ทวีปออสเตรเลีย	-	-	5	2.00	5	2.00
ทวีปยุโรป	-	-	113	45.20	113	45.20
รวม	150	100.00	250	100.00	400	100.00

ตารางที่ 4.1 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.00 มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี ร้อยละ 24.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 44.75 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน ร้อยละ 54.67 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เป็นร้อยละ 42.00 และในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 36.67 ส่วนชาวต่างชาติ มีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ร้อยละ 45.20 จำแนกได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.33 มีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 36.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 39.33 ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน 30.67 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 30.67 และ ปัจจุบันอาศัยอยู่ภาคกลาง ร้อยละ 36.67

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.00 มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี ร้อยละ 30.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.00 เป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน ร้อยละ 24.40 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 48.80 และมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ร้อยละ 45.20

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขต
อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(n = 400 คน)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก						
ครั้งแรก	79	52.67	155	62.00	234	58.50
2 - 3 ครั้ง	45	30.00	55	22.00	100	25.00
4 - 5 ครั้ง	23	15.33	33	13.20	56	14.00
มากกว่า 5 ครั้ง	3	2.00	7	2.80	10	2.50
2. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว						
มกราคม - มีนาคม	42	28.00	86	34.40	128	32.00
เมษายน - มิถุนายน	46	30.67	23	9.20	69	17.25
กรกฎาคม - กันยายน	35	23.33	73	29.20	108	27.00
ตุลาคม - ธันวาคม	27	18.00	68	27.20	95	23.75
3. พาหนะใดในการเดินทาง						
รถยนต์ส่วนตัว	93	62.00	27	10.80	120	30.00
รถจักรยานยนต์	10	6.67	76	30.40	86	21.50
รถโดยสารประจำทาง	33	22.00	23	9.20	56	14.00
รถบริการนำเที่ยว	14	9.33	124	49.60	138	34.50
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว						
1 วัน	25	16.67	38	15.20	63	15.75
2 - 3 วัน	84	56.00	186	74.40	270	67.50
4 - 5 วัน	20	13.33	23	9.20	43	10.75
มากกว่า 5 วัน	21	14.00	3	1.20	24	6.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 400 คน)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
5. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว						
เดินทางมาคนเดียว	22	14.67	12	4.80	34	8.50
เดินทางมากับครอบครัว	55	36.67	138	55.20	193	48.25
เดินทางมากับเพื่อน	68	45.33	86	34.40	154	38.50
เดินทางมากับบริษัททัวร์	5	3.33	14	5.60	19	4.75
5.1 จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ครั้งนี้ (รวมตัวท่านเองด้วย)						
มาคนเดียว	32	21.33	12	4.80	44	11.00
2 คน	45	30.00	81	32.40	126	31.50
3 - 4 คน	49	32.67	137	54.80	186	46.50
มากกว่า 4 คน	24	16.00	20	8.00	44	11.00
6. อัตราค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (ต่อ 1 ท่าน) สำหรับ การท่องเที่ยวครั้งนี้						
6.1 ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม (คน/วัน)						
401 - 600 บาท	44	29.33	108	43.20	152	38.00
601 - 800 บาท	39	26.00	72	28.80	111	27.75
801 - 1,000 บาท	47	31.33	54	21.60	101	25.25
มากกว่า 1,000 บาท	20	13.33	16	6.40	36	9.00
6.2 ค่าที่พัก (คน/วัน)						
201 - 400 บาท	54	36.00	148	59.20	202	50.50
401 - 600 บาท	35	23.33	34	13.60	69	17.25
601 - 800 บาท	15	10.00	21	8.40	36	9.00
801 - 1,000 บาท	24	16.00	11	4.40	35	8.75
มากกว่า 1,000 บาท	22	14.67	36	14.40	58	14.50

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 400 คน)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
6.3 ค่าพาหนะ/คน						
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท	31	15.50	39	19.50	70	17.50
201 - 400 บาท	16	10.67	12	4.80	28	7.00
401 - 600 บาท	13	8.67	27	10.80	40	10.00
601 - 800 บาท	11	7.33	12	4.80	23	5.75
801 - 1,000 บาท	46	30.67	54	21.60	100	25.00
มากกว่า 1,000 บาท	33	22.00	106	42.40	139	34.75
6.4 ค่าใช้จ่าย/คน (ของที่ระลึก ค่าธรรมเนียมผ่านประตู/อื่น ๆ)						
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท	43	26.50	69	34.50	112	30.50
201 - 400 บาท	22	14.67	52	20.80	74	18.50
401 - 600 บาท	47	31.33	110	44.00	157	39.25
601 - 800 บาท	22	14.67	12	4.80	34	8.50
801 - 1,000 บาท	11	7.33	5	2.00	16	4.00
มากกว่า 1,000 บาท	5	3.33	2	0.80	7	1.75
7. เหตุผลในการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ						
สถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นที่เป็น อัตลักษณ์และมีความน่าสนใจ	21	14.00	32	12.80	53	13.25
ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	54	36.00	98	39.20	152	38.00
ความสะดวกและรวดเร็ว ในการเดินทาง	22	14.67	5	2.00	27	6.75
สถานที่ท่องเที่ยวมีความอุดม สมบูรณ์ของธรรมชาติ	41	27.33	12	4.80	53	13.25
อื่น ๆ ชอบช้าง และอยากขี่ช้าง อีกครั้ง	12	8.00	103	41.20	115	28.75

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 400 คน)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
8. การกลับมาเที่ยวซ้ำ						
มาแน่นอน เพราะเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่สวยงาม และน่าตื่นเต้น และชอบซ้ำ	54	36.00	136	54.40	190	47.50
ยังไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ เพราะ ยังไม่ได้วางแผนไว้	96	64.00	114	45.60	210	52.50
รวม	150	100.00	250	100.00	400	100.00

ตารางที่ 4.2 จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 58.50 และจะมาเที่ยวช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม ร้อยละ 32.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการรถบริการนำเที่ยว ร้อยละ 34.50 ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน ร้อยละ 67.50 และจะเดินทางมากับครอบครัว ร้อยละ 48.25 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ท่าน/วัน แบ่งเป็นค่าอาหาร 401 - 600 บาท ร้อยละ 38.00 ค่าที่พัก 201 - 400 บาท ร้อยละ 50.50 เนื่องจากส่วนใหญ่พักด้วยกันและมีการแบ่งจ่ายค่าที่พักในสัดส่วนเท่า ๆ กัน ค่าพาหนะ/คนมากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 34.75 ค่าใช้จ่าย/คน (ของที่ระลึก ค่าธรรมเนียมผ่านประตู/อื่น ๆ) 401 - 600 บาท ร้อยละ 39.25 เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก คือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 38.00 และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนใหญ่ตอบว่า ยังไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่ได้วางแผนไว้ ร้อยละ 52.50

พฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 52.67 และจะมาเที่ยวช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน ร้อยละ 30.67 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาแวะเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาสก ส่วนใหญ่นำรถยนต์ส่วนตัวมาเที่ยว ร้อยละ 62.00 ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน ร้อยละ 56.00 และจะเดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 45.33 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ท่าน/วัน แบ่งเป็นค่าอาหาร 801 - 1,000 บาท ร้อยละ 31.33 ค่าที่พัก 201 - 400 บาท ร้อยละ 36.00 มีค่าพาหนะ/คน 801 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.67 มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 26.50 ค่าใช้จ่าย/คน (ของที่ระลึก ค่าธรรมเนียม

ผ่านประตู/อื่น ๆ) 401 - 600 บาท ร้อยละ 31.33 เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก คือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 36.00 และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนใหญ่ตอบว่า ยังไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่ได้วางแผนไว้ ร้อยละ 64.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 62.00 และจะเดินทางมาเที่ยวช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม ร้อยละ 34.40 รองลงมา คือ ช่วงเดือนกรกฎาคม - กันยายน ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถบริการนำเที่ยว ร้อยละ 49.60 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 2 - 3 วัน ร้อยละ 74.40 และจะเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 55.20 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ท่าน/วัน แบ่งเป็นค่าอาหาร 401 - 600 บาท ร้อยละ 43.20 ค่าที่พัก 201 - 400 บาท ร้อยละ 59.20 ค่าพาหนะ/คนมากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 42.40 ค่าใช้จ่าย/คน (ของที่ระลึก ค่าธรรมเนียมผ่านประตู/อื่น ๆ) 401 - 600 บาท ร้อยละ 44.00 เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก ส่วนใหญ่ตอบว่า ชอบช้าง และอยากขี่ช้างอีกครั้ง ร้อยละ 41.20 และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนใหญ่ตอบว่ามาแน่นอน เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าตื่นเต้น และชอบช้าง ร้อยละ 54.40

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(n = 400 คน)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		$\bar{X}$	S.D.	ชาวต่างชาติ		$\bar{X}$	S.D.
	ถูก	ผิด			ถูก	ผิด		
1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำเป็นที่นักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความรับผิดชอบในการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ	137	13	91.33	0.47	197	53	78.80	0.49
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	22	128	14.67	0.06	62	188	24.80	0.03

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n = 400 คน)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		$\bar{x}$	S.D.	ชาวต่างชาติ		$\bar{x}$	S.D.
	ถูก	ผิด			ถูก	ผิด		
3. การเที่ยวชมสวนป่า สวนผลไม้ และฟาร์มปศุสัตว์เป็นการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างหนึ่ง	78	72	52.00	0.2	106	144	42.40	0.14
4. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำเป็น ต้องมีการจำกัดและควบคุม ปริมาณนักท่องเที่ยวให้เข้าไป ใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม	107	43	71.33	0.37	197	53	78.80	0.37
5. นักท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้อง มีความรู้ด้านธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมก่อนที่จะเดินทาง มาท่องเที่ยว	123	27	82.00	0.31	167	83	66.80	0.42
6. การดูแลรักษาความสะอาด ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็น หน้าที่ของเจ้าหน้าที่เท่านั้น	47	103	31.33	0.24	82	168	32.80	0.08
7. การเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัด การแหล่งท่องเที่ยวและรับ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีเฉพาะ หน่วยงานภาครัฐเท่านั้น ที่เข้าไปเกี่ยวข้อง	42	108	28.00	0.16	102	148	40.80	0.16
8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็น รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้ เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน	136	14	90.67	0.39	198	52	79.20	0.47
9. การชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้าไป เที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติแต่ละแห่งในคราว เดียวกันมาก ๆ จะส่งผลดี ต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้น	64	86	42.67	0.21	96	154	38.40	0.12

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n = 400 คน)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		$\bar{x}$	S.D.	ชาวต่างชาติ		$\bar{x}$	S.D.
	ถูก	ผิด			ถูก	ผิด		
10. เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ ณ แหล่งท่องเที่ยว ควรเป็น ผู้แนะนำและให้ความรู้ ข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว	103	47	68.67	0.38	184	66	73.60	0.47
11. นักท่องเที่ยวไม่สามารถนำ สัตว์เลี้ยงหรือสัตว์พาหนะ เข้าไปในบริเวณอุทยาน แห่งชาติได้	82	68	54.67	0.28	162	88	64.80	0.28
12. นักท่องเที่ยวไม่ควรทิ้งสิ่ง ที่เป็นเชื้อเพลิง เช่น ก้นบุหรี่ ในอุทยานแห่งชาติ เนื่องจาก อาจก่อให้เกิดเพลิงไหม้ได้	150	0	100.00	0.5	250	0	100.00	0.5
13. นักท่องเที่ยวไม่ควรทิ้งขยะ หรือสิ่งปฏิกูลในอุทยาน แห่งชาติ	137	13	91.33	0.47	198	52	79.20	0.5
14. นักท่องเที่ยวไม่ควรให้อาหาร สัตว์ เพราะจะทำให้พฤติกรรม การกินอาหารของสัตว์ เปลี่ยนไป	139	11	92.67	0.45	197	53	78.80	0.44
15. นักท่องเที่ยวไม่ส่งเสียงดัง อื้อฉาว หรือกระทำการอื่น อันเป็นที่รบกวนหรือเป็นที่ เดือดร้อน รำคาญแก่คน หรือสัตว์ในขณะท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติ	109	41	72.67	0.4	196	54	78.40	0.47
16. นักท่องเที่ยวไม่ควรนำ ยานพาหนะเข้าออก หรือ ขับขี่ยานพาหนะในทาง ที่มีได้จัดไว้ให้	150	0	100.00	0.5	250	0	100.00	0.5

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n = 400 คน)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชาวไทย		$\bar{x}$	S.D.	ชาวต่างชาติ		$\bar{x}$	S.D.
	ถูก	ผิด			ถูก	ผิด		
17. นักท่องเที่ยวไม่ควรปิดประกาศโฆษณา หรือขีดเขียนในที่ต่าง ๆ	150	0	100.00	0.5	250	0	100.00	0.5
18. นักท่องเที่ยวไม่ควรเก็บของป่า	139	11	92.67	0.47	250	0	100.00	0.5
19. อุทยานแห่งชาติ ไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวนำเครื่องมือสำหรับล่าสัตว์ หรือจับสัตว์ใด ๆ เข้าไปในอุทยานแห่งชาติได้	138	12	92.00	0.47	250	0	100.00	0.5
20. นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎ ระเบียบของอุทยานแห่งชาติ และคำแนะนำของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งต่ออุทยาน สัตว์ป่า และตัวนักท่องเที่ยวเอง	150	0	100.00	0.5	250	0	100.00	0.5
คะแนนรวม	2,223	797	14.89	0.05	3,645	1,355	14.58	0.03

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่ากัน จำนวน 14.82 คะแนน อยู่ในระดับมาก และชาวต่างชาติ มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เท่ากัน จำนวน 14.58 คะแนน อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด
สุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม 5 ด้าน

คุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านการบริการที่פק	3.68	0.65	มาก
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	3.66	0.74	มาก
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง ของพนักงาน	3.59	0.72	มาก
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	3.80	0.62	มาก
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	3.81	0.68	มาก
รวม	3.71	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติ
เขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการที่פק
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71
เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่
ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้
บริการ ค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านการบริการที่פק ค่าเฉลี่ย 3.68 ด้านความไว้วางใจในการบริการ ค่าเฉลี่ย 3.66
และด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ และ
สามารถจำแนกรายด้านได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.5 - 4.9

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบริการที่พัก

ด้านบริการที่พัก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้างสาธารณูปโภค ขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/ โทรศัพท์สาธารณะ/สุขา) ได้อย่างเหมาะสม และเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.70	0.75	มาก
2. ที่พักมีการกำหนดระเบียบและวิธีการปฏิบัติตน ของนักท่องเที่ยวในระหว่างเข้ามาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	3.70	0.75	มาก
3. ที่พักมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะและ การดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณที่พัก ได้อย่างเหมาะสม	3.66	0.78	มาก
4. ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พัก ประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเหมาะสม กับบริการที่ได้รับ	3.67	0.83	มาก
รวม	3.68	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.5 จากการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการด้านที่พัก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/โทรศัพท์สาธารณะ/สุขา) ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ที่พักมีการกำหนดระเบียบและวิธีการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในระหว่างเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พักประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ค่าเฉลี่ย 3.67 และที่พักมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะและการดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณที่พักได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักริมเขตกองทุนแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความไว้วางใจในการบริการ

ด้านความไว้วางใจในการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดและ ถูกสุขอนามัย	3.66	0.82	มาก
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้ความรู้เกี่ยวกับ แนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพักอาศัย	3.69	0.82	มาก
3. ที่พักมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.60	0.85	มาก
4. ที่พักมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ของสถานที่ท่องเที่ยว (การล่องแก่งการเดินป่า)	3.69	0.84	มาก
รวม	3.66	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.6 จากการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักริมเขตกองทุนแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจในการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่หรือพนักงาน มีการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพักอาศัย ที่พักมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสม กับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (การล่องแก่งการเดินป่า) ค่าเฉลี่ย 3.69 ร้านอาหารและ เครื่องดื่มมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย ค่าเฉลี่ย 3.66 และที่พักมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักริมเขตกู่ยอนแห่งชาตเชาสก
จังหวดัสุราษฎร์ธานี ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง
ของพนักงาน

ด้านความเต็มใจและรวดเร็ว ในการตอบสนองของพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมกับ นักท่องเที่ยวในการทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.53	0.85	มาก
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรับผิดชอบด้าน ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลา ในการเข้ามาท่องเที่ยว	3.62	0.83	มาก
3. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.63	0.82	มาก
4. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูลที่พักแก่นักท่องเที่ยว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.57	0.84	มาก
รวม	3.59	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.7 จากการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักริมเขตกู่ยอนแห่งชาตเชาสก
จังหวดัสุราษฎร์ธานีด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการ
ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59
เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.63 เจ้าหน้าที่
หรือพนักงานมีความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยว
ค่าเฉลี่ย 3.62 และเจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลที่พักแก่นักท่องเที่ยว
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ที่พักมีการให้บริการและข้อมูลข่าวสาร แก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว	3.99	0.69	มาก
2. ที่พักมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	3.68	0.78	มาก
3. ที่พักมีการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการไม่ทำลายและรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่า	3.80	0.75	มาก
4. ที่พักมีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.73	0.84	มาก
รวม	3.80	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.8 จากการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ที่พักมีการให้บริการ และข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็วค่าเฉลี่ย 3.99 ที่พัก มีการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยเน้นการไม่ทำลายและรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่า ค่าเฉลี่ย 3.80 และ ที่พักมีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ที่พักมีการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูลเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.88	0.80	มาก
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคนในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	3.72	0.89	มาก
3. ที่พักมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.76	0.89	มาก
4. ที่พักมีการจัดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	3.91	0.77	มาก
รวม	3.81	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.9 จากผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ที่พักมีการจัดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกค่าเฉลี่ย 3.91 ที่พักมีการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูลเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.88 และที่พักมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามเพศ

คุณภาพบริการที่พักในเขต อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี	เพศ				t-test	P-value
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริการที่พัก	3.68	0.67	3.68	0.64	-0.042	0.65
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	3.64	0.80	3.67	0.68	-0.405	0.03*
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็ว ในการตอบสนองของพนักงาน	3.55	0.74	3.62	0.71	-0.957	0.80
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจ ในการใช้บริการ	3.82	0.62	3.78	0.62	0.615	0.82
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	3.80	0.66	3.83	0.70	-0.495	0.01*
รวม	3.70	0.59	3.72	0.56	-0.336	0.43

*P-value < .05

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความไว้วางใจในการบริการ และ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามเชื้อชาติ

คุณภาพบริการที่พึงในเขต อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี	เชื้อชาติ				t-test	P-value
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านบริการที่พึง	3.68	0.65	3.73	0.66	0.500	0.65
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	3.66	0.74	3.88	0.76	0.055	0.92
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็ว ในการตอบสนองของพนักงาน	3.59	0.72	3.77	0.75	-0.534	0.02*
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจ ในการใช้บริการ	3.80	0.62	3.84	0.65	-1.939	0.93
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	3.81	0.68	3.95	0.65	-0.708	0.01*
รวม	3.71	0.58	3.83	0.69	-0.525	0.50

*P-value < .05

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเชื้อชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามอายุ

คุณภาพบริการที่פק	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านบริการที่פק	ระหว่างกลุ่ม	4.048	4	1.012	2.396	0.050*
	ภายในกลุ่ม	166.812	395	0.422		
	รวม	170.859	399			
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.031	4	0.758	1.399	0.233
	ภายในกลุ่ม	213.905	395	0.542		
	รวม	216.936	399			
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.251	4	1.313	2.567	0.038*
	ภายในกลุ่ม	201.973	395	0.511		
	รวม	207.224	399			
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.811	4	0.453	1.180	0.319
	ภายในกลุ่ม	151.575	395	0.384		
	รวม	153.386	399			
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	4.243	4	1.061	2.331	0.055*
	ภายในกลุ่ม	179.786	395	0.455		
	รวม	184.030	399			
6. ด้านรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.098	4	0.775	2.360	0.053*
	ภายในกลุ่ม	129.623	395	0.328		
	รวม	132.721	399			

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่פקในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านคุณภาพบริการที่פק ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 4.13 - 4.15

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$	อายุ				
		20 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 45 ปี	46 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 25 ปี	3.55	-	0.16*	-0.05	-0.08	0.14
26 - 30 ปี	3.58		-	-0.20*	-0.24	-0.02
31 - 45 ปี	3.71			-	-0.03*	0.18
46 - 50 ปี	3.76				-	0.22
มากกว่า 50 ปี	3.79					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่พัก ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันจำนวน 3 คู่ ได้แก่ อายุ 20 - 25 ปี กับอายุ 26 - 30 ปี อายุ 26 - 30 ปี กับอายุ 31 - 45 ปี และอายุ 31 - 45 ปี กับอายุ 46 - 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$	อายุ				
		20 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 45 ปี	46 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 25 ปี	3.46	-	0.09	-0.20	-0.12*	0.07
26 - 30 ปี	3.48		-	-0.28*	-0.21	-0.01
31 - 45 ปี	3.55			-	0.07	0.27
46 - 50 ปี	3.67				-	0.20*
มากกว่า 50 ปี	3.74					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่פק ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน จำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ ได้แก่ อายุ 20 - 25 ปี กับอายุ 46 - 50 ปี อายุ 26 - 30 ปี กับอายุ 31 - 45 ปี และ อายุ 46 - 50 ปี กับอายุมากกว่า 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล
จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$	อายุ				
		20 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 45 ปี	46 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
20 - 25 ปี	3.68	-	-0.06	-0.23	-0.23	0.01
26 - 30 ปี	3.69		-	-0.16	-0.17*	0.07
31 - 45 ปี	3.76			-	0.00*	0.24
46 - 50 ปี	3.92				-	0.24
มากกว่า 50 ปี	3.92					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่פק ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล จำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันจำนวน 2 คู่ ได้แก่ อายุ 26 - 30 ปี กับอายุ 46 - 50 ปี และอายุ 31 - 45 ปี กับอายุ 46 - 50 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพบริการที่พักริ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านบริการที่พักริ	ระหว่างกลุ่ม	1.662	4	0.416	0.970	0.424
	ภายในกลุ่ม	169.197	395	0.428		
	รวม	170.859	399			
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.144	4	0.786	1.452	0.216
	ภายในกลุ่ม	213.792	395	0.541		
	รวม	216.936	399			
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.698	4	1.174	2.291	0.059
	ภายในกลุ่ม	202.527	395	0.513		
	รวม	207.224	399			
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.658	4	0.165	.425	0.790
	ภายในกลุ่ม	152.728	395	0.387		
	รวม	153.386	399			
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	3.204	4	0.801	1.750	0.138
	ภายในกลุ่ม	180.826	395	0.458		
	รวม	184.030	399			
6. ด้านรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.966	4	0.491	1.485	0.206
	ภายในกลุ่ม	130.755	395	0.331		
	รวม	132.721	399			

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพบริการที่พักริ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านบริการที่พักริ	ระหว่างกลุ่ม	7.633	4	1.908	4.618	0.001*
	ภายในกลุ่ม	163.227	395	0.413		
	รวม	170.859	399			
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	11.980	4	2.995	5.772	0.000*
	ภายในกลุ่ม	204.956	395	0.519		
	รวม	216.936	399			
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	15.731	4	3.933	8.112	0.000*
	ภายในกลุ่ม	191.494	395	0.485		
	รวม	207.224	399			
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.719	4	1.930	5.233	0.000*
	ภายในกลุ่ม	145.667	395	0.369		
	รวม	153.386	399			
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	11.585	4	2.896	6.634	0.000*
	ภายในกลุ่ม	172.445	395	0.437		
	รวม	184.030	399			
6. ด้านรวม	ระหว่างกลุ่ม	10.226	4	2.557	8.244	0.000*
	ภายในกลุ่ม	122.495	395	0.310		
	รวม	132.721	399			

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พักริในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ่ ดังตารางที่ 4.19 - 4.23

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	□	อาชีพ				
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ นักศึกษา
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.52	-	0.21	0.14	-0.12	-0.10
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.60		-	-0.07	-0.33	-0.32*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.73			-	-0.26	-0.24
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.86				-	0.02*
อื่น ๆ นักศึกษา	3.84					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่พัก ด้านบริการที่พัก จำแนกตามอาชีพ พบว่า แตกต่างกันจำนวน 2 คู่ ได้แก่ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน กับนักศึกษา และแม่บ้าน/พ่อบ้าน กับนักศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	□	อาชีพ				
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ นักศึกษา
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.48	-	0.33	0.30	0.02	-0.05
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.52		-	-0.03	0.32	-0.39*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.80			-	-0.28	-0.35*
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.82				-	-0.07
อื่น ๆ นักศึกษา	3.87					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่พักรับ ด้านความไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า แตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้านกับนักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กับนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงานจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		อาชีพ				
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ นักศึกษา
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.44	-	0.42	0.37	0.11	-0.04
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.57		-	-0.05	-0.30	-0.45 [*]
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.63			-	-0.25	-0.41 [*]
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.76				-	-0.15
อื่น ๆ นักศึกษา	4.05					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่พักรับ ด้านความไว้วางใจในการบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า แตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน กับนักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กับนักศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	□	อาชีพ				
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ นักศึกษา
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.67	-	0.21	0.23	0.10	-0.10
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.69		-	0.02	0.11	-0.31*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.80			-	-0.13	-0.33*
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.90				-	-0.20
อื่น ๆ นักศึกษา	4.00					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพ
บริการที่พึง ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า แตกต่างกัน จำนวน
2 คู่ ได้แก่ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน กับนักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กับนักศึกษา
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	□	อาชีพ				
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ นักศึกษา
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.64	-	0.13	0.07	-0.20	-0.28
รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน	3.70		-	-0.06	-0.33	-0.41*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.77			-	-0.27	-0.35*
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.97				-	-0.08
อื่น ๆ นักศึกษา	4.05					-

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการที่พักรับ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล จำแนกตามอาชีพ พบว่า แตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน กับนักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กับนักศึกษา แตกต่างกันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พักรับในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

คุณภาพบริการที่พักรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านบริการที่พักรับ	ระหว่างกลุ่ม	5.001	5	1.000	2.376	0.038
	ภายในกลุ่ม	165.858	394	0.421		
	รวม	170.859	399			
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.472	5	1.094	2.039	0.072
	ภายในกลุ่ม	211.464	394	0.537		
	รวม	216.936	399			
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.540	5	1.108	2.165	0.057
	ภายในกลุ่ม	201.684	394	0.512		
	รวม	207.224	399			
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.290	5	0.658	1.727	0.127
	ภายในกลุ่ม	150.097	394	0.381		
	รวม	153.386	399			
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.303	5	0.261	0.562	0.729
	ภายในกลุ่ม	182.727	394	0.464		
	รวม	184.030	399			
6. ด้านรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.493	5	0.699	2.130	0.061
	ภายในกลุ่ม	129.228	394	0.328		
	รวม	132.721	399			

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามภูมิลำเนา

คุณภาพบริการที่พึง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
1. ด้านบริการที่พึง	ระหว่างกลุ่ม	2.358	5	0.472	1.103	0.358
	ภายในกลุ่ม	168.502	394	0.428		
	รวม	170.859	399			
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.570	5	0.514	0.945	0.452
	ภายในกลุ่ม	214.366	394	0.544		
	รวม	216.936	399			
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.334	5	0.467	0.897	0.483
	ภายในกลุ่ม	204.891	394	0.520		
	รวม	207.224	399			
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.396	5	0.679	1.784	0.115
	ภายในกลุ่ม	149.991	394	0.381		
	รวม	153.386	399			
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.507	5	0.301	0.651	0.661
	ภายในกลุ่ม	182.523	394	0.463		
	รวม	184.030	399			
6. ด้านรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.743	5	0.349	1.048	0.389
	ภายในกลุ่ม	130.978	394	0.332		
	รวม	132.721	399			

* P-value < .05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

คุณภาพบริการที่พึง	เพศ	เชื้อชาติ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้ ต่อเดือน	ภูมิลำเนา
1. ด้านบริการที่พึง	-0.042	0.500	2.396*	0.970	4.618*	2.376	1.103
2. ด้านความไว้วางใจ ในการบริการ	-0.405*	0.055	1.399	1.452	5.772*	2.039	0.945
3. ด้านความเต็มใจและ รวดเร็วในการตอบสนอง ของพนักงาน	-0.957	-0.534*	2.567*	2.291	8.112*	2.165	0.897
4. ด้านความเชื่อถือและ มั่นใจในการใช้บริการ	0.615	-1.939	1.180	0.425	5.233*	1.727	1.784
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้า รายบุคคล	-0.495*	-0.708*	2.331*	1.750	6.634*	0.562	0.651
ภาพรวม	-0.336**	-0.525**	2.360*	1.485	8.244*	2.130	1.048

หมายเหตุ * = Sig. ที่ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า คุณภาพบริการที่พึงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านเพศ เชื้อชาติ อายุ และอาชีพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

เพศ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง ด้านความไว้วางใจในการบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล และคุณภาพบริการภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เชื้อชาติ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง ด้านบริการที่พึง ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษา แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อาชีพ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง ด้านบริการที่พึง ด้านความไว้วางใจในการบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ภูมิภาค แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พึง รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความรู้ความเข้าใจ	คุณภาพบริการที่พึง					รวม
	ด้านบริการที่พึง	ด้านความไว้วางใจในการบริการ	ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน	ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	
ชาวไทย	0.338	0.234	0.007	0.032*	-0.006**	0.218
ชาวต่างชาติ	0.519	0.828	0.252	0.194	-0.098**	0.564
รวม	0.428	0.531	0.129	0.113*	0.000**	0.391

หมายเหตุ * = sig ที่ .05

** = sig ที่ .01

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดย

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชาวไทยกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล มีความสัมพันธ์กันทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชาวต่างชาติ กับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แตกต่างกัน มีคุณภาพการบริการที่พึง ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไปนั้น ทั้งนี้ยังมีอีกหลายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยผ่านวัตถุประสงค์ของการวิจัย และระเบียบวิธีวิจัยอย่างเป็นระบบสามารถอภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะดังที่จะกล่าวรายละเอียดในบทนี้

สรุปผล

จากผลการวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และปัจจุบันอาศัยอยู่ภาคกลาง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และมีภูมิลำเนาทวีปยุโรป

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก และจะมาเที่ยวช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม ส่วนใหญ่ใช้บริการรถบริการนำเที่ยว ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน จะเดินทางมากับครอบครัว โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 - 4 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ท่าน/วัน แบ่งเป็นค่าอาหาร 401 - 600 บาท ค่าที่พัก 201 - 400 บาท เนื่องจากส่วนใหญ่พักด้วยกันและมีการแบ่งจ่ายค่าที่พักในสัดส่วนเท่า ๆ กัน ค่าพาหนะ/คนมากกว่า 1,000 บาท ค่าใช้จ่าย/คน (ของที่ระลึก ค่าธรรมเนียมผ่านประตู/อื่น ๆ) 401 - 600 บาท เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยาน

แห่งชาติเขาสก คือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนใหญ่ตอบว่า ยังไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่ได้วางแผนไว้

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ ด้านบริการที่พัก ด้านความไว้วางใจในการบริการ และด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ตามลำดับ

5. จากผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่พักที่ต่างกันมีผลต่อบัณฑิตส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านเพศ เชื้อชาติ อายุ และอาชีพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

เพศ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก ด้านความไว้วางใจในการบริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล และคุณภาพบริการภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เชื้อชาติ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก ด้านบริการที่พัก ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษา แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก ด้านบริการที่พัก ด้านความไว้วางใจในการบริการ ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคลและคุณภาพบริการภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพบริการที่พัก รายด้านและภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

6. จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยาน

แห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แตกต่างกัน มีคุณภาพบริการที่พิกัดด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชาวไทย กับคุณภาพการบริการที่พิกัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล มีความสัมพันธ์กันทางลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชาวต่างชาติ กับคุณภาพการบริการที่พิกัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่พิกัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต่างกันคุณภาพการบริการที่พิกัดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี มาตั้งเป็นสมมุติฐานในการวิจัย ดังการอภิปรายผลการวิจัยต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่เข้ามาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ส่วนชาวต่างชาติ มีภูมิลำเนาทวีปยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับ Kuester, Sabine (2012) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัดสิ่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม โดยพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค ปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมิน

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย และสอดคล้องกับการศึกษาของ อิทธิพล โกมล (2553) ศึกษา เรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาบ้านวังน้ำมอกจังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นส่วนใหญ่ เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนและเดินทางมาโดยส่วนมากทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มาพักผ่อนกับกลุ่มเพื่อนหรือผู้ร่วมงานเป็นส่วนมาก จะทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จักและจำนวนครั้ง ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักผ่อนที่บ้านวังน้ำมอกส่วนมากเคยมาแล้ว 2 - 3 ครั้ง ระยะเวลาที่อยู่โฮมสเตย์ ในบ้านวังน้ำมอก 2 - 3 วัน ด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคน อยู่ในระดับมากกว่า 1,000 บาท และส่วนมากต้องการที่จะกลับมาพักผ่อนและท่องเที่ยวอีก

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ เขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นภลัย มีลา และฉกาจ ราชบุรี (2552) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพความเป็น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอมะนัง จังหวัด สมุทรสงคราม มีผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากร้อยละ 75.4 มีความรู้ความเข้าใจและ สามารถตอบคำถามต่อหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าในการท่องเที่ยว เชิงนิเวศแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสศึกษาเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ความแปลกใหม่ ตลอดเวลา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดความรู้และ ความเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน อีกทั้งในปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องเพื่อการเพิ่มจิตสำนึก ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาชนได้ร่วมมือกัน เพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายดีขึ้นและ นำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน ดังนั้น จึงเป็นผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปัจจุบันที่สนใจมาเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีข้อมูลและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น

3. ระดับคุณภาพการบริการที่พักรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ เขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพบริการ ที่พักรับการบริการในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณญา หงส์แพง (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติภูเรืออำเภอภูเรือจังหวัดเลย
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลวิจัยพบว่า
ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวโดยรวมเท่ากับ 3.72
อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ ด้านบริการที่พัก
ค่าเฉลี่ย 3.68 ด้านความไว้วางใจในการบริการ และด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนอง
ของพนักงาน ตามลำดับ ดังแนวคิดของบัซเซลและเกลล์ (Buzzell and Gale, 1987) กล่าวว่า
คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและมีการให้ความสำคัญอย่างมาก อีกทั้งยังมี
ผลงานวิจัยที่ค้นคว้าพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งพบว่า คุณภาพ
การให้บริการเป็นสิ่งที่ซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนะของผู้บริโภค แนวคิดและคำอธิบาย
เรื่องคุณภาพการให้บริการที่น่าสนใจเห็นจะได้แก่ มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในสาขาความคาดหวัง
ของลูกค้า (expert in the field of customer expectation) คือ ซีแธมล์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่
(Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1990) ความแนวคิดของนักวิชาการกลุ่มนี้ คุณภาพ
การให้บริการ เป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการ
นักวิชาการทั้งสามท่านดังกล่าว นับได้ว่าเป็นหนึ่งในคณะนักวิชาการที่สนใจทำการศึกษาเรื่อง
คุณภาพในการให้บริการ และการจัดการคุณภาพในการให้บริการขององค์กรอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี
ค.ศ. 1983 สิ่งที ซีแธมล์ พาราซุรามาน และเบอร์รี่ ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพ
ในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) คุณภาพในการให้บริการ
คืออะไร 2) อะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการ และ 3) องค์กรสามารถ
แก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร

4. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัด
สุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นเพราะว่า
ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นความต้องการในการท่องเที่ยว รูปแบบในการท่องเที่ยว
รวมทั้งความชอบหรือความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกัน ตามธรรมชาติ
ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ตามช่วงวัย และรายได้ของแต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา
ของ นภาลย์ มีลา และคณะ (2552) ศึกษา เรื่อง การศึกษาคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัย
พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ

การศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นัยนา ไพบูลย์ (2552) ศึกษาเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศตามชีวิตการจัดการ โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวเกาะช้าง เกาะลันตา และเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า สมมติฐานนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ จำนวนครั้งที่มาเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ศรัณญา หงส์แพง (2553) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ผลวิจัยพบว่า อายุ การศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับคุณภาพการบริการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล มีความสัมพันธ์กันทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นเพราะว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการคิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลาย ตามรูปแบบและการให้บริการที่ตนเองให้ความสนใจ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของตนเอง อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการยอมรับและมีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น ดังงานวิจัยของ Jiju Anthony et al (2004) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่าการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดและการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การให้บริการซ้ำเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทิกา หิรัญเทศ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่าระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านคือ ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการอยู่ในระดับมาก

4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความคิดเห็นด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับมากทุกข้อ แต่เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า ที่พักมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ดังนั้น ผู้ให้บริการที่พักควรมีการปรับปรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการบริการที่ทันสมัยและเหมาะสม โดยในระยะสั้นอาจมีการซ่อมแซมและเปลี่ยน อุปกรณ์ และในระยะยาวควรเตรียมงบประมาณและแผนงานในการปรับปรุงการตกแต่งให้ทันสมัยเพิ่มขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักและสร้างความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการได้

5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความคิดเห็นด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล อยู่ในระดับมากทุกข้อ แต่เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า เจ้าหน้าที่หรือพนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยของของนักท่องเที่ยวทุกคนในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ น้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ดังนั้น ผู้ให้บริการที่พักควรมีการฝึกอบรมให้พนักงานผู้ให้บริการได้กล่าวพูดหรือกล่าวแสดงออกในการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้ามากขึ้น เน้นคิดในการสื่อสารและการใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการทำกิจกรรม ควรให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ พร้อมต่อการใช้งานทุกเมื่อ อีกทั้งเพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานคุณภาพการบริการให้สม่ำเสมอ ในขณะที่ทำกิจกรรมพนักงานควรมีการพูดคุยสังเกตความต้องการของนักท่องเที่ยวรายบุคคล เพื่อให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณพนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ตนเอง ตลอดจนรู้สึกถึงความปลอดภัยและเชื่อมั่นในตัวพนักงานผู้ให้บริการขณะทำกิจกรรมนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มภูมิภาคและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามกลุ่มทวีป เพื่อผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความคิดเห็นในมุมมองของประชาชนในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาสก หรือผู้มีส่วนได้เสีย ต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อจะได้เห็นมุมมองของประชาชนผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้มีความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนิษฐาริน จิโนวัฒน์. (2550). **คุณภาพบริการของโรงแรมใบไม้เขียวในเขตภาคใต้**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- กรมป่าไม้. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://noworldnolife.blogspot.com/2014/08/blog-post_16.html [2561, พฤศจิกายน 13].
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2555 - 2558 (ASEAN Tourism Marketing Strategy 2012-2015)** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10854 [2561, พฤศจิกายน 13].
- _____. (2558). **สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=479&filename=index [2561, พฤศจิกายน 13].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). **แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2553). **ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2554). **แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555 - 2560** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.econmass.com/metro/images/stories/download/charoen.pdf>. [2561, พฤศจิกายน 13]
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). **การพัฒนามาตรฐานวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตติมา พะนา. (2550). **การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ชัยพร แก้วรอด. (2558). **พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เกกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). **การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. นครราชสีมา : คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น
สถาบันพระปกเกล้า.
- ทันดร ธนะกุลบริภัณฑ์. (2552). คู่มือจัดองค์ความรู้ มาตรฐานการให้บริการสำนักการศึกษาต่อเนื่อง.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทัศนีย์ สุริยะไชย. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาระงานที่หนักเกินไปกับการรับรู้สภาวะเครียดในวัยรุ่น.
ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธัญญา ชีระอนันต์. (2555). พฤติกรรมมนุษย์เพื่อการพัฒนาคน. อุดรธานี : สำนักศึกษาศึกษาทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). แรเงกระตุ้นของนโยบายการคลังในปี 2558 - 2559 [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/FAQ/FAQ_106.pdf [2561, พฤศจิกายน 13].
- ธิดามานันท์ พูนจันทร์. (2554). วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะพะงัน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการ
น้ำมันของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ธีรยุทธ กำศิริพิมาน. (2555). แนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะวนศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์. (2555). รูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตชุมชนเมือง
เพชรบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นภลัย มีลา และฉกาจ ราชบุรุษ. (2552). การศึกษาคุณภาพความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- นัยนา ไพบูลย์. (2552). การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศตามตัวชี้วัด
การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยว เกาะช้าง
เกาะลันตา และเกาะเสม็ด. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรม
ที่จังหวัดหนองคาย. ขอนแก่น : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บดีนทร์ วิจารณ์. (2553). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : เพรสแอนด์ดีไซน์.

บุปผา พิกุลแก้ว และคณะ. (2552) การมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้างกิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด.

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยรัชต์ภาคย์.

ประชิด สกุนะพัฒน์ วิมลจิโรจน์ และอุดมชัยกวีวงศ์. (2554). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : แสงดาว.

ปรีดี โชติช่วง. (2552) นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ปัทมา โกมุทบุตร (2557). การประเมินและจัดการภาคปฏิบัติในเวชศาสตร์บริบาลบรรเทา (พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง). เชียงใหม่ : คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปรินิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พรลาภ ประโยชน์กุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมฮอเต็ลอินน์ รีสอร์ทภูเก็ต. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยรังสิต.

มาลินี สนธิมูล และอิทธิกร ขำเดช. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และบริหารธุรกิจ, 4(2), 204 - 217

มิ่งสรรพ ขาวสอาด. (2549). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มีนา อ่องบางน้อย และพินิตา อุลศิริ. (2553). คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 2(1), 52 - 69.

รพีพรรณ ขาดิหาญ. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปของผู้บริหารกับมิติบรรยากาศองค์การของโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอวัฒนานคร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัชดา จิ่งพัฒนาดิ. (2553). แนวทางการพัฒนาสถานที่พักแรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปทุมธานี.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น.

- ราณี อีสัยกุล. (2560). การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย. วารสาร
วิทยาลัยอุตสาหกรรม, 11(ฉบับพิเศษ), เดือนพฤษภาคม 2560.
- รุ่งนภา ทิวประยูร. (2550). คุณภาพการบริการของโรงแรมแกรนด์จอมเทียนพาเลซที่มีต่อนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ. ปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:
สุวีริยาสาส์น.
- วรสุภา ชมวงศ์. (2552). คุณภาพการบริการของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย : กรณีเปรียบเทียบ
ระหว่างโรงแรมบูติคและโรงแรมธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). ปัจจัยที่ผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ
EBanking. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี : วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วิมล จิโรจน์พันธุ์ ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ :
แสงดาว.
- วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. (2553). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- ศรีัญญา หงษ์แพง. (2553). แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติภูเรืออำเภอภูเรือจังหวัดเลย.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สมชาย เดชพระหมพันธุ์ และภัทรพร สร้อยทอง. (2554). การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย. (2557). ECOTOURISM [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.teata.or.th/indexf699.html-l=TH&p=content&content_id=10.htm.
[2561, พฤศจิกายน 13].
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2553). มาตรฐานการศึกษาตัวบ่งชี้
และเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคุณภาพภายนอกระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
(พ.ศ. 2549 - 2553). กรุงเทพฯ : สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา
องค์การมหาชน.

- สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2561). **จำนวนนักท่องเที่ยว** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://portal.dnp.go.th/Content/national_park?contentId=11191 [2561, พฤศจิกายน 13].
- องค์กรท่องเที่ยวโลก. (2549). **ความหมายการท่องเที่ยว** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://tourismatbuu.wordpress.com> [2560, เมษายน 25].
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2556). **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุราษฎร์ธานี** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.suratpao.go.th/frontpage> [2561, พฤศจิกายน 13].
- อารีย์ลักษณ์ ตระกูลมุกทอง. (2559). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเทศไทย. **วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review**, 2 (พฤศจิกายน 2559).
- อิทธิพล โกมล. (2553). **รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาบ้านวังน้ำมอก จังหวัดหนองคาย**. กรุงเทพฯ : วิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- อุดมศักดิ์ สีนธิพงษ์. (2553). รัฐธรรมนูญกับการคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อม. **Executive Journal**, 2010, 87 - 95.
- อุทยานแห่งชาติเขาสก. (2558). **เขาสก (Khao Sok)**. สุราษฎร์ธานี : ฝ่ายสารสนเทศเพื่อการจัดการอุทยานแห่งชาติ สำนักงานอุทยานแห่งชาติเขาสก.
- Akbaba, A. (2005). Measuring service quality in hotel industry: A study in business hotel in Turkey. **International Journal of Hospital Management**, 25(2), 170 - 192.
- Alavi, M., & Leidner. (2001). Review knowledge management and knowledge management systems : Conceptual foundations and research issues. **MIS Quarterly**, 25(1), 107-136
- Alén-González, M. E., & Fraiz-Brea, J. (2007). Calidad de Servicio y Satisfacción, Antecedente o Consecuente?. Su Evaluación en el Ámbito del Turismo Termal. **Revista Portuguesa de Marketing**, 17(1), 61 - 76.
- Amelung B, Nicholls S, Viner D. (2007). Implications of global climate change for tourism flows and seasonality. **Journal of Travel Research**, 2007; 45 : 285 - 296.
- Boo, E. (1991). Planning for Ecotourism. **PARK**, 2(3), 4 - 8.
- Bourdeau, L. (2005). A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework. **Dissertation, Ph.D. (Business Administration)**. Florida, Florida University. Photocopied.

- Buzzel, R. & Gale, B. (1985). **Administrative Behavior**. New York : The Mcmillan Company.
- Caton, K. (2014). Humanism and tourism: A moral encounter. In M. Mostafanezhad & K. Hanna (Eds). **Moral encounters in tourism**. Farnham, Surrey: Ashgate Publishing Ltd.
- Ceballos Lascurain. (1991). Tourism, eco-tourism and protected areas in Kusler, (ed) **Eco-tourism and Resource Conservation**, Vol 1. **Eco-tourism and resource conservation project**, Maryland : The wilife Society
- Choo, C.W. (2000). Working knowledge : How Organizations Manage What They Know. Paper presented at the 11 th Congresses of Southeast Asian Librarians, **Singapore**, (April), 26 - 28.
- Collier and Harraway. (1997). Tourism Industry. **Principles of Tourism**. Auckland: Longman Paul Ltd.
- Costa, G., & Glinala, E., (2003). Empathy and sport tourism service: A literature review. **Journal of sport and tourism**, 8(4), 284 - 292.
- Cronbach, Lee. J. (1990) .**Essentials of Psychology Testing** (5th ed.). New York : Harper Collins.
- Cronin JJ, Smith JS, Gleim MR, Ramirez E, Martinez JD. (2011). Green marketing strategies: An examination of stakeholders and the opportunities they present. **Journal of the Academy of Marketing Science** 2011, 39 (1), 158 - 174.
- Crosby, P.B. (1979) **Quality is Free. The Art of Making Quality Certain**. New American Library, New York.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience. **Sociology**, 13, 179 - 201.
- Davenport, T., & Prusak, L. (1998). **Working knowledge: How organizations manage what they know**. Boston : Harvard Business School Press.
- Deming. (1940) **The original quality gurus**. Retrieved from http://www.businessballs.com/dtiresources/quality_management_gurus_theories.pdf
- Dick, A. S. & Kuanl, B. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. **Journal of the Academy of Marketing Science**. (49), 187 - 215.
- Dolnicar S, Leisch F. (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. **Tourism Management** 2008, 29(4), 672 - 680.

- Draper J, Dawson M, Casey E. (2011). An exploratory study of the importance of sustainable practices in the meeting and convention site selection process. **Journal of Convention and Event Tourism** 2011, 12(3), 153 - 178.
- Fairweather JR, Maslin C, Simmons DG. (2005). Environmental values and response to ecolables among international visitors to New Zealand. **Journal of Sustainable Tourism** 2005, 13(1), 82 - 98.
- Feigenbaum, A. (1961). **Total quality control**. New York : McGraw-Hill.
- Goleman, D. (1995). **Emotional Intelligence: Why it matter more than IQ**. New York : Bantam Book.
- Gössling S, Borgstrom Hansson C, Horstmeier O, Saggel S. (2002). Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. **Ecological Economics** 2002, 42(2), 199 - 211.
- Gronroos, G.T. (1990). **Service management and marketing**. Massachusetts: Lexington Books.
- Gutierrez, C. (2010). **Gulf oil crisis: BP credit rating cut by Moody's**. Retrieved from www.forbes.com
- Hammit and Cole. (1998) **Wildland Recreation**. New York : John Wiley & Sons.
- Jiju, A. (2004). Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. **Journal of Business Ethics**, 61(1), 369 - 385.
- Juran, J. M. 1964. **Managerial Breakthrough**. New York : McGraw-Hill.
- Kalamandeen M, Gillson L. (2007). Demything "wilderness": implications for protected area designation and management. **Biodiversity and Conservation** 2007, 16, 165 - 182.
- King, L. A. (2011). **The Science of Psychology** (2nd ed.). New York : McGraw Hill.
- Kotler, P. and Kevin L.K. (2009). **Marketing Management. Upper Saddle River**, New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning implementation and control** (9th ed.). New Jersey : Asimmon & Schuster.
- Kuester, S. (2012). **MKT 301: Strategic Marketing & Marketing in Specific Industry Contexts**. University of Mannheim.

- Lascurain, H. (1991). Tourism, Eco-tourism and Protected Sreas. In Kusler, (ed.) **Ecotourism and Resource Conservation**. Vol. 1.Eco-tourism and Resource Conservation project. [2560, October 20].
- Lassoued, R., & Hobbs, J. E. (2015). Consumer confidence in credence attributes: The role of brand trust. **Food Policy**, 52(1), 99 - 107.
- Lindberg, K. (1991). **Policies for Maximizing Nature Tourism's Ecological and Economic Benefits**. Washington, DC: World Resources Institute.
- Liu, C-H and Wang, C-C. (2008). Forecast competitor service strategy with service taxonomy and CI data. **European Journal of Marketing**, 42 (7/8), 746 - 765.
- LoveLock, H. C. (1996). **Managing Services**. New York : McGraw - Hill.
- Mair J, Jago L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. **Journal of Sustainable Tourism** 2010, 18(1): 77 - 94.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1992). Relationships between Providers and user of Market Research. **Journal of Marketing**, 29(3), 314 - 329.
- Muala Al Ayed and Qurneh Al Majed. (2012). Assessing the Relationship between Marketing Mix and Loyalty through Tourists Satisfaction in Jordan Curative Tourism. **American Academic & Scholarly Research Journal**. 4(2) November 2012.
- Nevid, J. S. (2012). **An Introduction to Psychology** (4th ed.). Connecticut: WADSWORTH CENGAGE Learning.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). **The knowledge-creating company**. New York : Oxford University Press.
- Oliver, R. L. (1997). Customer delight foundations, findingsand managerial insight. **Journal of Retailing**, (73), 311 - 336.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual model of service quality and its implication for future research. **Journal of Marketing**, 49 (Fall), 41 - 50.
- _____. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49, 41 - 50.

- Reisinger, Y., Steiner, C. (2006). Conceptualizing object authenticity. **Annals of Tourism Research**, 33, 65 - 86.
- Robinson, M. (2012). **The emotional tourist**. In D. Picard & M. Robinson camp sites.
- Rogers., C.R. (1951) . **Client-Centered Therapy. Its Current Practice, Implications and Theory**. Mifflin, Houghton : MI
- Senge, P. M. (1990). **The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization**. New York : Doubleday.
- Sharratt, M., and Usoro, A. (2003). Understanding Knowledge-Sharing in Online Communities of Practice, Electronic. **Journal on Knowledge Management**, 1(2), 187-196
- Spiteri A, Nepal SK. (2006). Incentive-based conservation programs in developing countries: a review of some key issues and suggestions for improvements. **Environmental Management** 2006; 37: 1–14.
- Stern D. I. (1997) Interpreting ecological economics in the neoclassical paradigm: limits to substitution and irreversibility in production and consumption, **Ecological Economics**, 21, 197-215
- Suchamann, K., Zaki, J., Dweck, C.S. (2014). Addressing the empathy deficit: beliefs about the malleability of empathy predict effortful responses when empathy is challenging. **J Pers, Soc, Psychology**, 107(3), 475 - 493.
- Sung-sook Kang et al. (2004). An empirical study on the relationship among customer satisfaction, switching cost and store loyalty. **Journal of Chinese Marketing**, 1, 25 -31.
- Tenner, A. R., and Detoro, I. J. (1992). **Total Quality Management : There Step to Continuous Improvement**. Massachusetts : Addison-Wesley.
- Thanika, D. (2004). Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach - a case study of Mauritius. **Managing Service Quality**, 14(5), 350 - 364(15)
- The Ecotourism Society. (1991). **The Ecotourism Society' definitation**. Washington DC. The Ecotourism Society Newsletter.

- Webb EL, Maliao RJ, Siar SV. (2004). Using local user perceptions to evaluate outcomes of protected area management in the Sagay Marine reserve, Philippines. **Environmental Conservation** 2004, 31: 138 - 148.
- White, L.S. (1998). **A service quality survey at the University of Virginia library**. Retrieved from <http://www.staff.lib.virginia.edu/management-information/sq981.html>. [2559, April 1].
- World Tourism Organization. (2006). **Tourism**. [Online] Available : www.wto.org. [2559, April 1].
- _____. (2009). **From Davos to Copenhagen and beyond: advancing tourism's response to climate change**. Madrid: United Nations World Tourism Organization 2009.
- Xiang, P., McBride, R., & Bruene, A. (2006). Fourth graders' motivational changes in an elementary physical education running program. **Research Quarterly for Exercise and Sport**, 77(2), 195-207.
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory Analysis** (3rd ed.). New York : Harper and Row.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: The Free Press.
- _____. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of marketing** 64, Spring: 12-40

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ ศธ ๐๕๖๑.๑๓ / ๖๐๗๐๘



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ หทัยสิงห์ สุขศรี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี ดร.สิญธร นาคพิน และรองศาสตราจารย์สุณีย์ ส่องประเสริฐ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษามีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อจะไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขออนุญาตจากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติพงศ์ เครือหงส์)
รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒



ที่ ศธ ๐๕๖๑.๑๑ / ๖๐๗๐๘

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน นายอำเภอพนม

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี ดร.สัญญา นาคพิน และรองศาสตราจารย์สุเมย์ ล่องประเสริฐ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษามีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติพงศ์ เครือหงส์)

รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๔๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๔๑๓๓๘๒

ที่ ศธ ๐๕๖๑.๑๑ / ๖๐๗๐๘



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุมัติขอความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน นายอำเภอบ้านตาขุน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี ดร.สัญญาธร นาคพิน และรองศาสตราจารย์สุณีย์ ล้อประเสริฐ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา มีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุตติพงศ์ เครือหงส์)

รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒

ที่ ศธ ๐๕๖๑.๑๑ / ๖๐๗๐๘



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตยืมเครื่องมือวัดตรวจสอบเครื่องมือวัด

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานการทอ้งเทียวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุราษฎร์ธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวัด จำนวน ๑ ชุด

๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนา ที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี ดร.สัญญา นาคหิน และรองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา มีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขออนุญาตยืมจากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพงศ์ เครือทอง)

รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒



ที่ ศธ ๐๕๖๓.๑๑ / ๑๐๗๐๘

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาสก

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาปริญญาโท หลังศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนา ที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมี ดร.สิญาธร นาคพิน และรองศาสตราจารย์สุณีย์ ผ่องประเสริฐ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา มีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพิงค์ เครือทองส์)

รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๖๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๘๒

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. นายวิโรจน์ โรจนจินดา

ตำแหน่ง	หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาสก
วุฒิการศึกษา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรป่าไม้และสิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถานที่ทำงาน	อุทยานแห่งชาติเขาสก อำเภอนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. นายกล้าณรงค์ ยุติธรรม

ตำแหน่ง	นายอำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
วุฒิการศึกษา	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถานที่ทำงาน	ที่ว่าการอำเภอบ้านตาขุน อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. นายสิทธิชัย ไทยเจริญ

ตำแหน่ง	นายอำเภอนม
วุฒิการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถานที่ทำงาน	ที่ว่าการอำเภอนม อำเภอนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตย หทัยสิงห์ สุขศรี

ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
วุฒิการศึกษา	Ph.D. (Marketing) Universiti Sains Malaysia, Malaysia
สถานที่ทำงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. นางศุภากาญจน์ ยอดขุน

ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุราษฎร์ธานี
สถานที่ทำงาน	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก ค
ตารางวิเคราะห์เครื่องมือ

ตารางสรุปการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. ด้านบริการที่พัก

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า
	1	2	3	4	5	IOC
1. ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้าง สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/โทรศัพท์สาธารณะ/ สุขา) ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ สำหรับนักท่องเที่ยว	+1	0	+1	+1	+1	0.80
2. ที่พักมีการกำหนดระเบียบและวิธีการ ปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในระหว่าง เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	+1	0	+1	+1	+1	0.80
3. ที่พักมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะและ การดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณที่พัก ได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
4. ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พัก ประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความ เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	+1	+1	0	+1	+1	0.80
รวมค่าความเชื่อมั่น						0.86

2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
1. ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย	+1	+1	+1	+1	0	0.80
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพักอาศัย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
3. ที่พักมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
4. ที่พักมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (การล่องแก่งการเดินป่า)	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
รวมค่าความเชื่อมั่น						0.95

3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
1. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมกับนักท่องเที่ยวในการทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+1	0	0.80
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรับผิดชอบด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
3. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	+1	0	+1	0	+1	0.60
4. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความสามารถในการให้บริการด้านข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
รวมค่าความเชื่อมั่น						0.85

4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า
	1	2	3	4	5	IOC
1. ที่พักรับการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว	+1	+1	0	0	+1	0.60
2. ที่พักรับการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	+1	0	+1	+1	+1	0.80
3. ที่พักรับการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยเน้นการไม่ทำลายและรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
4. ที่พักรับแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	0	+1	0.80
รวมค่าความเชื่อมั่น						0.80

5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า
	1	2	3	4	5	IOC
1. ที่พักรับการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูลเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว	+1	0	+1	+1	+1	0.80
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคน ในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	+1	0	+1	+1	+1	0.80
3. ที่พักรับการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00
4. ที่พักรับการจัดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก	+1	+1	0	+1	+1	0.80
รวมค่าความเชื่อมั่น						0.86

ตารางสรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ด้านคุณภาพการบริการที่พักรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. ด้านบริการที่พัก

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.861	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้าง สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/โทรศัพท์สาธารณะ/ สุขา) ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ สำหรับนักท่องเที่ยว	11.0250	4.330	0.633	0.852
2. ที่พักมีการกำหนดระเบียบและวิธีการ ปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในระหว่าง เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	11.0275	3.972	0.775	0.895
3. ที่พักมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะ และการดูแลรักษาความสะอาด ในบริเวณที่พักได้อย่างเหมาะสม	11.0650	3.790	0.800	0.843
4. ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พัก ประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความ เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	11.0575	4.039	0.633	0.856

2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.947	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาด และถูกสุขอนามัย	10.9725	5.029	0.816	0.921
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้ความรู้ เกี่ยวกับแนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว ก่อนเข้าพักอาศัย	10.9425	4.987	0.836	0.965
3. ที่พักมีมาตรการในการรักษา ความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	11.0375	5.204	0.711	0.914
4. ที่พักมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (การล่องแก่งการเดินป่า)	10.9450	4.954	0.808	0.988

3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.854	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีส่วนร่วม กิจกรรมกับนักท่องเที่ยวในการ ทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ได้อย่าง มีประสิทธิภาพ	10.8225	4.863	0.728	0.864
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรับผิดชอบ ด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ตลอดระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยว	10.7325	4.723	0.805	0.834
3. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความเต็มใจ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	10.7250	4.756	0.812	0.832
4. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความสามารถ ในการให้บริการด้านข้อมูลที่พิก แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	10.7850	5.061	0.668	0.886

4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.803	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ที่พักมีการให้บริการและข้อมูลข่าวสาร แก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว	11.2075	3.984	0.609	0.852
2. ที่พักมีการจัดเตรียมความพร้อม ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	11.5125	3.664	0.633	0.832
3. ที่พักมีการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับ นักท่องเที่ยวโดยเน้นการไม่ทำลาย และรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่า	11.3950	3.553	0.715	0.743
4. ที่พักมีแผนผังแสดงขั้นตอน การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่าง มีประสิทธิภาพ	11.4625	3.462	0.632	0.785

5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ที่พักมีการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูล เตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว	11.3825	5.229	0.412	0.848
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานคำนึงถึง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทุกคน ในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	11.5400	3.883	0.777	0.882
3. ที่พักมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว	11.5000	3.900	0.762	0.852
4. ที่พักมีการจัดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างสะดวก	11.3500	4.569	0.667	0.845

แสดงภาพรวมค่าความเชื่อมั่นรายตัวแปรคุณภาพบริการ 5 ด้าน

ประเด็น	จำนวนประเด็นย่อย	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านบริการที่פק	4	0.861
2. ด้านความไว้วางใจในการบริการ	4	0.947
3. ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการ ตอบสนองของพนักงาน	4	0.854
4. ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ	4	0.803
5. ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล	4	0.856
คุณภาพบริการ	20	0.864

การหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson)

ตารางแสดงคะแนนของแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
จำนวน 30 คน

คนที่	รวมคะแนน		คนที่	รวมคะแนน	
	X	X ²		X	X ²
1	19	38	16	17	34
2	15	30	17	18	36
3	18	36	18	15	30
4	13	26	19	16	32
5	16	32	20	19	38
6	16	32	21	20	40
7	14	28	22	12	24
8	12	24	23	18	36
9	13	26	24	18	36
10	14	28	25	19	38
11	11	22	26	19	38
12	18	36	27	19	38
13	19	38	28	16	32
14	19	38	29	16	32
15	17	34	30	17	34
				$\Sigma X = 986$	$\Sigma X^2 = 1,972$

หาความแปรปรวนของคะแนนของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

$$\begin{aligned}
 \text{สูตร} \quad S_x^2 &= \frac{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}{N(N-1)} \\
 &= 103.37
 \end{aligned}$$

ตารางแสดง ค่า p ค่า d ค่า pq และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 30 คน

ข้อที่	จำนวน ผู้ที่ตอบถูก	จำนวน ผู้ที่ตอบผิด	สัดส่วนของผู้ที่ ตอบถูก (p)	สัดส่วนของผู้ที่ ตอบผิด (q)	pq
1	23	7	0.77	0.23	0.18
2	21	9	0.70	0.30	0.21
3	26	4	0.87	0.13	0.12
4	24	6	0.80	0.20	0.16
5	22	8	0.73	0.27	0.20
6	25	5	0.83	0.17	0.14
7	21	9	0.70	0.30	0.21
8	20	10	0.67	0.33	0.22
9	28	2	0.93	0.07	0.06
10	28	2	0.93	0.07	0.06
11	27	3	0.90	0.10	0.09
12	22	8	0.73	0.27	0.20
13	25	5	0.83	0.17	0.14
14	26	4	0.87	0.13	0.12
15	28	2	0.93	0.07	0.06
16	26	4	0.87	0.13	0.12
17	22	8	0.73	0.27	0.20
18	29	1	0.97	0.03	0.03
19	28	2	0.93	0.07	0.06
20	21	9	0.70	0.30	0.21
					p*q=2.77

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้
สูตร KR - 20 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร KR - 20} \quad r_{tt} &= \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum pq}{S^2} \right\} \\ &= 0.98 \end{aligned}$$

ภาคผนวก ง
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่พักรักษาการท้องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้วยข้าพเจ้า นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี กำลังศึกษาวิจัย เรื่องคุณภาพการบริการที่พักรักษาการท้องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่พักรักษาการท้องเที่ยวเชิงนิเวศ คุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น จะไม่นำไปเผยแพร่ที่ใด ขอให้ท่านโปรดตอบคำถามตามจริงที่ท่านคิดว่าตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 5 ตอน

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท้องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 8 ข้อ
- ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท้องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 20 ข้อ
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักรักษาการท้องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 20 ข้อ
- ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ฉวีวรรณ หนูทอง

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. เชื้อชาติ

☐ ไทย

☐ ต่างชาติ

3. อายุ

☐ 20 - 25 ปี

☐ 26 - 30 ปี

☐ 31 - 45 ปี

☐ 46 - 50 ปี

☐ มากกว่า 50 ปี

4. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษา

☐ ปวช./ปวส.

☐ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ รับจ้างบริษัทเอกชน/ห้างร้าน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ แม่บ้าน/พ่อบ้าน

☐ อื่น ๆ (ระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 10,000 - 15,000 บาท

☐ 15,001 - 20,000 บาท

☐ 20,001 - 25,000 บาท

☐ 25,001 - 30,000 บาท

☐ มากกว่า 30,000 บาท

7. ภูมิลำเนา

☐ กรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคตะวันออก

☐ ภาคตะวันตก

☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ ภาคใต้

8. ภูมิลำเนาอยู่ในทวีป

☐ ทวีปเอเชีย

☐ ทวีปแอฟริกา

☐ ทวีปอเมริกาเหนือ

☐ ทวีปอเมริกาใต้

☐ ทวีปแอนตาร์กติกา

☐ ทวีปออสเตรเลีย

☐ ทวีปยุโรป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ครบทุกข้อ

1. จำนวนครั้งที่มาเที่ยว

☐ ครั้งแรก

☐ 2- 3 ครั้ง

☐ 4- 5 ครั้ง

☐ มากกว่า 5 ครั้ง

2. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

☐ มกราคม - มีนาคม

☐ เมษายน - มิถุนายน

☐ กรกฎาคม - กันยายน

☐ ตุลาคม - ธันวาคม

3. พาหนะใดในการเดินทาง

☐ รถยนต์ส่วนตัว

☐ รถจักรยานยนต์

☐ รถโดยสารประจำทาง

☐ รถบริการนำเที่ยว

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

☐ 1 วัน

☐ 2- 3 วัน

☐ 4- 5 วัน

☐ มากกว่า 5 วัน

5. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

☐ เดินทางมาคนเดียว

☐ เดินทางมากับครอบครัว

☐ เดินทางมากับเพื่อน

☐ เดินทางมากับบริษัททัวร์

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ คน (รวมตัวท่านเองด้วย)

6. อัตราค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย

6.1 ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม (คน/วัน)

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท

☐ 201- 400 บาท

☐ 401- 600 บาท

☐ 601- 800 บาท

☐ 801- 1,000 บาท

☐ มากกว่า 1,000 บาท

6.2 ค่าที่พัก (คน/วัน)

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท

☐ 201- 400 บาท

☐ 401- 600 บาท

☐ 601- 800 บาท

☐ 801- 1,000 บาท

☐ มากกว่า 1,000 บาท

6.3 ค่าพาหนะ/คน

- ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท ☐ 201- 400 บาท
- ☐ 401- 600 บาท ☐ 601- 800 บาท
- ☐ 801- 1,000 บาท ☐ มากกว่า 1,000 บาท

6.4 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ/คน (ของที่ระลึกค่าธรรมเนียมผ่านประตูและอื่น ๆ)

- ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท ☐ 101- 200 บาท
- ☐ 201- 300 บาท ☐ 301- 400 บาท
- ☐ 401- 500 บาท ☐ มากกว่า 500 บาท

7. เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- ☐ สถานที่ท่องเที่ยวมีจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์และมีความน่าสนใจ
- ☐ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว
- ☐ ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง
- ☐ สถานที่ท่องเที่ยวมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. การกลับมาเที่ยวซ้ำ

- ☐ มาแน่นอนเพราะ
- ☐ ไม่มาแน่นอนเพราะ
- ☐ ยังไม่ทราบ/ไม่แน่ใจเพราะ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โปรดทำเครื่องหมาย ✓

ลงในช่องตารางที่ท่านเห็นว่าถูกต้องที่สุด และทำเครื่องหมาย ✗ ในช่องตารางที่ท่าน
เห็นว่าผิด

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ถูก	ผิด
1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำเป็นที่นักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความรับผิดชอบในการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับระบบนิเวศ		
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักโดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ		
3. การเที่ยวชมสวนป่า สวนผลไม้ และฟาร์มปศุสัตว์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างหนึ่ง		

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ถูก	ผิด
4. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจำกัดและควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้เข้าไปใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม		
5. นักท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว		
6. การดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เท่านั้น		
7. การเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีเฉพาะหน่วยงานภาครัฐเท่านั้นที่เข้าไปเกี่ยวข้อง		
8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน		
9. การชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแต่ละแห่งในคราวเดียวกันมาก ๆ จะส่งผลดีต่อแหล่งท่องเที่ยว		
10. เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ ณ แหล่งท่องเที่ยว ควรเป็นผู้แนะนำและให้ความรู้ ข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว		
11. นักท่องเที่ยวไม่สามารถนำสัตว์เลี้ยงหรือสัตว์เลี้ยงพาหนะเข้าไปในบริเวณอุทยานแห่งชาติได้		
12. นักท่องเที่ยวไม่ควรทิ้งสิ่งที่เป็นเชื้อเพลิง เช่น ก้นบุหรี่ ในอุทยานแห่งชาติเนื่องจากอาจก่อให้เกิดเพลิงไหม้ได้		
13. นักท่องเที่ยวไม่ควรทิ้งขยะหรือสิ่งปฏิกูลในอุทยานแห่งชาติ		
14. นักท่องเที่ยวไม่ควรให้อาหารสัตว์ เพราะจะทำให้พฤติกรรมการกินอาหารของสัตว์เปลี่ยนไป		
15. นักท่องเที่ยวไม่ส่งเสียงดังอื้อฉาว หรือกระทำการอื่นอันเป็นที่รบกวนหรือเป็นที่เดือดร้อน รำคาญแก่คนหรือสัตว์ในขณะที่ท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ		
16. นักท่องเที่ยวไม่ควรนำยานพาหนะเข้าออก หรือขับขี่ยานพาหนะในทางที่มีได้จัดไว้ให้		
17. นักท่องเที่ยวไม่ควรปิดประกาศ โฆษณา หรือขีดเขียนในที่ต่าง ๆ		
18. นักท่องเที่ยวไม่ควรเก็บของป่า		

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ถูก	ผิด
19. อุทยานแห่งชาติ ไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวพกพาเครื่องมือสำหรับล่าสัตว์หรือจับสัตว์ใด ๆ เข้าไปในอุทยานแห่งชาติได้		
20. นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของอุทยานแห่งชาติ และคำแนะนำของเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่ออุทยาน สัตว์ป่า และตัวนักท่องเที่ยวเอง		

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก
จังหวัดสุราษฎร์ธานี โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางที่กำหนดตามความคิดเห็นของท่าน

- 5 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก
3 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลาง
2 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อย
1 หมายถึง คุณภาพบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

คุณภาพบริการที่พักในเขตอุทยานแห่งชาติเขาสก	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านบริการที่พัก					
1. ที่พักมีการจัดการทางด้านโครงสร้าง สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของที่พัก (ไฟฟ้า/น้ำดื่ม/น้ำใช้/โทรศัพท์สาธารณะ/สุขา) ได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
2. ที่พักมีการกำหนดระเบียบและวิธีการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวในระหว่างเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
3. ที่พักมีการจัดการปัญหาทางด้านขยะและการดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณที่พัก ได้อย่างเหมาะสม					

คุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยาน แห่งชาติเขาสก	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมราคาของที่พัก ประจำแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความ เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ					
ด้านความไว้วางใจในการบริการ					
1. ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด และถูกสุขอนามัย					
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีการให้ความรู้ เกี่ยวกับแนวปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว ก่อนเข้าพักอาศัย					
3. ที่พักมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4. ที่พักมีกิจกรรมพิเศษที่เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว (การส่งเสริมการเดินป่า)					
ด้านความเต็มใจและรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงาน					
1. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมกับ นักท่องเที่ยวในการทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความรับผิดชอบ ด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตลอด ระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยว					
3. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานมีความสามารถในการ ให้บริการด้านข้อมูลที่พิกแก่นักท่องเที่ยว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

คุณภาพบริการที่พึงในเขตอุทยาน แห่งชาติเขาสก	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ					
1. ที่พักมีการให้บริการและข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบถูกต้องสะดวกและรวดเร็ว					
2. ที่พักมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
3. ที่พักมีการจัดเตรียมกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยเน้นการไม่ทำลายและรบกวนธรรมชาติและสัตว์ป่า					
4. ที่พักมีแผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล					
1. ที่พักมีการจัดทำระบบสำหรับแจ้งข้อมูลเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว					
2. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทุกคน ในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ					
3. ที่พักมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว					
4. ที่พักมีการจัดรถรับ - ส่ง นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ท่านคิดว่าควรมีแนวทางการจัดการอย่างไรในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ณ อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

The Questionnaire

Part 1 : Personal factors about respondents

1. Gender

☐ Male

☐ Female

2. Nationality

☐ Thai

☐ Foreign

3. Age

☐ 20 - 25 Year old

☐ 26 - 30 Year old

☐ 31 - 45 Year old

☐ 46 - 50 Year old

☐ More than 50 Year old

4. Highest Education

☐ Primary School / Elementary School

☐ Secondary School / High School

☐ Vocational Certificate/High Vocational Certificate

☐ Bachelor

☐ Higher than bachelor's degree

5. Occupation

☐ Government official/ State enterprise employee

☐ Office and sale worker

☐ Proprietor and manager /Merchant

☐ Unemployed/Not working

☐ Other.....

6. Average Income per month

☐ < 10,000 Baht

☐ 10,000 - 15,000 Baht

☐ 15,001 - 20,000 Baht

☐ 20,001 - 25,000 Baht

☐ 25,001 - 30,000 Baht

☐ >30,000Baht

7. What continent are you from? (Please specify)

☐ Asia

☐ Africa

☐ North America

☐ South America

☐ Antarctica

☐ Australia

☐ Europe

Part 2 : Behaviors of the Ecotourism travelling

Indication : Please fill ✓ in the box to indicate the most accurate answer

1. How many time have you been to KhaoSok NationalPark in Suratthani Province

- | | |
|--------------------------------------|---|
| ☐ First times | ☐ 2- 3 times |
| ☐ 4- 5 times | ☐ More than 5times |

2. Which period will you travel?

- | | |
|--|---|
| ☐ January- March | ☐ April- June |
| ☐ July- September | ☐ October-December |

3. What is your transportation in visit KhaoSok NationalPark ?

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ Private Car | ☐ Motorcycle |
| ☐ Public Bus | ☐ Tour bus |
| ☐ Other..... | |

4. How long do you plane to travel?

- | | |
|------------------------------------|---|
| ☐ 1 day | ☐ 2- 3 days |
| ☐ 4- 5 days | ☐ more than 5 days |

5. Accompanying parties ? (You can choose more than one answer)

- | | |
|----------------------------------|--|
| ☐ Alone | ☐ Family member |
| ☐ Friends | ☐ Tour |

Number of participants traveling this time.....

6. The expenditure of this trip is (Including cost of your travel)

6.1 Food and beverage (person per day)

- | | |
|--|--|
| ☐ Below 200 Baht | ☐ 201- 400 Baht |
| ☐ 401- 600 Baht | ☐ 601- 800 Baht |
| ☐ 801- 1,000 Baht | ☐ More than1,000 Baht |

6.2 Accommodation (person per day)

- | | |
|--|---|
| ☐ Below 200 Baht | ☐ 201- 400 Baht |
| ☐ 401- 600 Baht | ☐ 601- 800 Baht |
| ☐ 801- 1,000 Baht | ☐ More than 1,000 Baht |

6.3 Accommodation/person

- ☐ Below 200 Baht
 ☐ 201- 400 Baht
☐ 401- 600 Baht
 ☐ 601- 800 Baht
☐ 801 - 1,000 Baht
 ☐ More than 1,000 Baht

6.4 Expenses/person (Souvenir/ Fee and Other expenses)

- ☐ Below 100 Baht
 ☐ 101- 200 Baht
☐ 201- 300 Baht
 ☐ 301- 400 Baht
☐ 401- 500 Baht
 ☐ More than 500Baht

7. What is main purpose to travel KhaoSok National Park in Suratthani Province?

(You can choose more than one answer)

- ☐ Attractions are unique and interesting.
☐ The reputation of the tourist attraction.
☐ Convenient and quick to travel.
☐ Attractions have abundant nature.
☐ Other.....

8. In the Future, Will you come travelling to KhaoSok National Park in Suratthani Province? (During 6 Month)

- ☐ Yes because.....
☐ No because.....
☐ Uncertain because.....

Part 3 : Questionnaire on knowledge and understanding about Ecotourism.Please fill ☒ in the box to indicate the most accurate answer

knowledge and understanding about Ecotourism	Yes	No
1. Ecotourism is essential for tourists and parties to be responsible for the use of tourism-related areas in the ecosystem.		
2. Ecotourism should focus on the needs of tourists and facilities.		

knowledge and understanding about Ecotourism	Yes	No
3. Sightseeing plantations, orchards and livestock farms is to ecotourism.		
4. Tourist area is required to limit and control the quantity of tourists, access for benefits is used appropriately.		
5. Travelers must have knowledge about nature and the environment before traveling.		
6. Keeping cleanliness in the tourist area is the responsibility of the staff only.		
7. Participate in the management of tourist attractions and receive benefits, There are only government agencies involved.		
8. Ecotourism is a form of tourism aimed at raising awareness about conservation of sustainable ecosystems.		
9. Inducing tourists to visit the natural attractions of each person at the same time will be very beneficial to tourist area.		
10. The responsible staff at the tourist attraction should be the guide and advise the tourists.		
11. Tourists cannot bring pets or vehicles into the national park area.		
12. Tourists should not throw away anything that is fuel, such as cigarette butts in national parks. Because it may cause a fire		
13. Tourists should not leave garbage or sewage in the national park.		
14. Tourists should not feed animals. Because it will change the eating behavior of animals		
15. Tourists do not make noise or other actions that interfere or have problems disturbing people or animals while traveling in the national park.		

knowledge and understanding about Ecotourism	Yes	No
16. Tourists should not bring vehicles out or drive a car without a way.		
17. Tourists should not post advertisements or write in various locations.		
18. Tourists should not keep wild		
19. National parks do not allow tourists to use hunting tools. Or catch any animals in the national park.		
20. Tourists should follow the rules. National regulations and strict staff recommendations to maximize the benefits of national park, wild animaland tourists.		

Part 4 : Questionnaire on Service quality

Please fill ✓ in the box to indicate the most accurate answer

- 5 = Most Important
 4 = Important
 3 = Moderately Important
 2 = Less Important
 1 = Least Important

Service quality	Level				
	Most Important	Important	Moderately Important	Less Important	Least Important
	5	4	3	2	1
Accommodation service					
1. The accommodation is managed by the accommodation infrastructure (electricity / drinking water / water usage / public telephone / bathroom), suitable and adequate for tourists.					

Service quality	Level				
	Most Important	Important	Moderately Important	Less Important	Least Important
	5	4	3	2	1
2. The accommodation has set rules and practices for tourists during their visit to the ecotourism sites.					
3. Accommodation has proper waste management and accommodation cleanliness.					
4. Accommodation expenses and fees are suitable for services received.					
Trust in the service					
1. Food and beverage outlets are clean and hygienic.					
2. Officers or staff provide knowledge about the guidelines for tourists before staying.					
3. The accommodation has effective security measures for tourists.					
4. The accommodation has special activities that are suitable for the environment of the tourist attraction (rafting, hiking).					
Willingness and quickness to respond of employees					
1. Officials or staff participate in activities with tourists to act as guides.					

Service quality	Level				
	Most Important	Important	Moderately Important	Less Important	Least Important
	5	4	3	2	1
2. Officials or staff are responsible for safety for tourists throughout the travel period.					
3. Officials or staff are willing to provide services to tourists.					
4. Officials or staff have the ability to provide accommodation information to tourists effectively.					
Trust and confidence in using the service					
1. Accommodation provides services information to tourists in a precise, convenient and fast system.					
2. Accommodation provides facilities for tourists.					
3. Accommodation provides activities that support tourists by focusing on not destroying and disturbing nature and animal wild.					
4. The accommodation has a map showing the process of providing services to tourists effectively.					
Individual customer care					
1. Accommodation provides a system for notification for tourists.					
2. Officials or staff consider the safety of every traveler. To participate in various activities					

Service quality	Level				
	Most Important	Important	Moderately Important	Less Important	Least Important
	5	4	3	2	1
3. Accommodation has a variety of activities to meet the needs of tourists.					
4. The accommodation offers shuttle service. To be able to access tourist attractions conveniently.					

Part 5 : Other comments and suggestions.

1. How do you think should be additional management guidelines for improving eco-tourism quality in Khao Sok National Park, Surat Thani Province ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Other suggestions:

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your cooperation in answering the questionnaire.

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล	นางสาวฉวีวรรณ หนูทอง
วัน เดือน ปีเกิด	4 ธันวาคม 2522
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	316 หมู่ 7 ตำบลคลองศก อำเภอนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2541 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนท่าแซะรัชมังคลาภิเษก อำเภوتاแซะ จังหวัดชุมพร พ.ศ. 2545 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการโรงแรม) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
อาชีพปัจจุบัน	พนักงานบริษัทเอกชน
หมายเลขโทรศัพท์	08 4480 9461
e-mail	wanmba8@gmail.com