



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นียดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีระวัฒน์ จันทิก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิศารีย์ ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิติมา พลับปลิง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับปลิง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสินี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วราพรพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุวีลสินนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริญรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกียรียงทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อ่าพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฟารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลีอมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

Key successful factors of travel agencies among Thai tourists.

บุญพิทักษ์ ต้นประเสริฐ** ธนพัฒน์ อินทวิ**

BunpitakTanprasurth Tanapat Intawee

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอขายหรือสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ บริษัทนำเที่ยว 2 แห่ง และผู้ให้ข้อมูลรอง คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือที่สำคัญเพื่อช่วยให้เก็บข้อมูลได้ครบถ้วน ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย โทรศัพท์มือถือ เพื่อบันทึกเสียง ถ่ายภาพ แนวคำถามการสัมภาษณ์และผู้วิจัย

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทนำเที่ยวใช้การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุดและเปลี่ยนแปลงรูปแบบทัวร์ไปตามยุคสมัยจากการบริโภคของลูกค้าเพื่อปรับให้เข้ากับทัวร์ที่มีราคาถูกแต่มีคุณภาพไว้ด้วยกัน นอกจากนี้บริษัทเลือกจะทำเส้นทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง เพื่อสร้างจุดเด่นและจุดขายให้กับบริษัทด้วยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับบริการจากมัคคุเทศก์ ที่หากทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ก็จะกลับมาใช้บริการนั้นๆอีกครั้ง ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ บริษัทควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในรูปแบบคุณภาพและปริมาณ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: บริษัทนำเที่ยว, การนำเสนอขาย, มัคคุเทศก์

*นักศึกษาริทยูนิเวอร์ซิตี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Abstract

This research aimed to study strategies for sales presentations or motivation the tourists from Thailand decided to use the services of travel agencies. 2)To study the customer satisfaction of the service travel agencies of tourists from Thailand. This research is the qualitative research, data was collected by research paper and the depth interview. The key informants are from two travel agencies and five tourists who have been used the services of these travel agencies.

The result showed that the Travel agencies use Service Marketing Mix to satisfy directly on the customers demand and Focused on developing and changing the format of the tour program follow the trend of these days consumption to adapt to the tour programs that had reasonably priced but also had the high quality. In addition, the company will make the tourist routes that different from another to make prominent point and selling point. The satisfactions of tourists depend on the services of the guides that have to make the tourists' satisfy and want to use the service from the company again .Additional suggestion is the company should have done some research about the needs and satisfaction of customers both in terms of quality and quantity for uses it as a guideline for development of the business.

Keywords: Travel agencies, Sales presentations, Guide

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลายประเทศทั่วโลกต่างตระหนักถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติของการพัฒนาการใช้สินค้าและบริการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและในมิติของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการลงทุนทางด้านทรัพยากรของแต่ละประเทศ(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)การท่องเที่ยวถือเป็นการ

บริการสาขาหนึ่งที่เป็นรายได้หลักให้กับประเทศไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้เตรียมความพร้อมที่จะก้าวไปสู่การเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นเลิศทางการตลาด การท่องเที่ยวยุคใหม่ (Modern Marketing) มีวิสัยทัศน์ที่แสดงถึงความพร้อมที่จะเป็นผู้นำในตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก (กองวิจัยการตลาด, 2558)จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องมีการตั้งมาตรฐานสำหรับบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือของ



นักท่องเที่ยวนำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทนำเที่ยวที่มีมาตรฐานจะต้องมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีการส่งเสริมการขาย มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งก่อนและระหว่างการจัดนำเที่ยว มีการจัดทีมงานในแต่ละโปรแกรมตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว มีการจัดการนำเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีการจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชนบธรรมเนียนมประเพณีไทย และมีการจัดการนำเที่ยวที่ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2556) ดังนั้นลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับหากบริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไปหากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก (Kotler, 2555)ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ โดยระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคลผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือหากผลลัพธ์นั้นไม่ตรงกับระดับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจถ้าผลลัพธ์ตรงกับระดับความ

คาดหวังของ ลูกค้าย่อมพอใจแต่ถ้าเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็จะยิ่งมีความพอใจมากขึ้น หรือประทับใจ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 2555)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอขายหรือสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว
2. เพื่อศึกษาพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps (Service Marketing Mix)

ขั้นตอนการตัดสินใจในการซื้อ (Buying Decision Process) ของผู้บริโภค นั้นจะผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอนของธุรกิจที่ให้บริการโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ดังนี้

Product (ผลิตภัณฑ์) ในด้านการบริการนั้น ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้อง



ไม่ได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของ
การบริการ

และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอ
ให้กับผู้ใช้บริการ

Price (ราคา) คือลูกค้าก็จะตัดสินใจ
ซื้อโดยการคิดว่าราคานั้นจะต้องมีความ
เหมาะสมกับระดับการบริการ

People (บุคคล) คือ พนักงานใน
องค์กรที่ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม
การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ
ให้กับลูกค้าได้

Place (สถานที่) คือ ที่ ตั้ง
(Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญ
มาก เพราะที่ตั้งนั้น ถือเป็นตัวกำหนดกลุ่ม
ผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ช่องทางจัด
จำหน่าย (Channels) หากสามารถหา
ช่องทางการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค
ได้มากเท่าไรผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมาก
เท่านั้น

แนวคิดทฤษฎี ความพึงพอใจ
(Satisfaction)

Promotion (การส่งเสริมทาง
การตลาด) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร
เกี่ยวกับ ข้อมูล ผู้ให้บริการ เช่น การ
โฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริม
การขาย และการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจ หมายถึงระดับ
ความรู้สึกที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบ
ระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือ
ประสิทธิภาพกับความคาดหวังของลูกค้า
โดยลูกค้าที่ได้รับบริการหรือสินค้าต่ำกว่า
ความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่
ถ้าตรงกับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความ
พอใจ และถ้าสูงกว่าความคาดหวังจะเกิด
ความประทับใจ (Kotler, 2555)

Physical Evidence (ด้านกายภาพ
และการนำเสนอ) คือ การพยายามสร้าง
คุณภาพโดยรวม เช่น การแต่งกายสะอาด
เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และ
การให้บริการที่รวดเร็ว

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจนั้น หากมอง
ทางด้านการบริการแล้ว ก็จะเป็นระดับ
ความรู้สึกหรือพฤติกรรมของลูกค้าที่ไม่
สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ที่เป็นผลมา
จากการได้รับการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์
โดยที่หากการให้บริการนั้นๆไม่ตรงตาม
ความคาดหวัง ลูกค้า ก็จะเกิดความไม่พึง
พอใจ แต่ถ้าหากการบริการนั้นๆตรงตาม

Process (กระบวนการ) คือ การ
จัดการองค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ



ความคาดหวังของลูกค้า ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นในการตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎีไอดาส (AIDAS Theory of selling) เป็นทฤษฎีการขายที่เน้นทางด้านผู้ขายที่ต้องปฏิบัติตามการต่างๆ ให้ถูกต้องตามกาลเทศะเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของการเสนอขาย โดยที่มีรายละเอียดดังนี้ (ศศิธร วัฒนพันธ์, 2544)

ความเอาใจใส่ (Attention) ขั้นแรกพนักงานขายต้องทำให้ลูกค้าเกิดความเอาใจใส่ที่จะรับฟังการเสนอขาย พนักงานขายจะต้องแน่ใจว่าสามารถทำได้สำเร็จ ซึ่งเท่ากับเป็นการเริ่มต้นการขายที่มีประสิทธิภาพ

ความสนใจ (Interest) พนักงานขายก็ต้องเริ่มสร้างความสนใจ โดยอาจเสนอตัวอย่างสินค้า รูปภาพ หรืออื่น ๆ มาช่วยเร่งเร้าความสนใจให้เกิดเร็วขึ้น

ความปรารถนา (Desire) เป็นขั้นที่พนักงานขายต้องพยายามจูงใจให้ลูกค้าเกิดความรู้สึก อยากที่จะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอยู่ ตกลงใจซื้อ (Action) เป็นขั้นตอนที่ลูกค้าตกลงใจซื้อสินค้าที่เสนอขาย

ความพอใจ (Satisfaction) พนักงานขายต้องเสริมสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยการแสดงความขอบคุณ และแสดงให้เห็น

ลูกค้ารู้สึกว่าได้ตัดสินใจถูกต้อง เหมาะสมที่สุดแล้วพอใจที่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ขาย

ระเบียบวิธีในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในการศึกษาครั้งนี้ มีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1.Domestic tour operation ของบริษัทซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์แทรเวล จำกัด
- 2.Marketing Manager ของบริษัทจูบิลี แทรเวล จำกัด
- 3.นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวจำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก เพื่อเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามที่ต้องการจะศึกษา โดยแนวการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการนำเสนอขายหรือสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมาจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก การตีความเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้มาจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ที่ได้จับบันทึกไว้

การตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ดังนี้

- 1.การตรวจสอบด้านข้อมูล โดยตรวจแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่มีความแตกต่างกัน
- 2.การตรวจสอบด้านผู้วิจัย คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร
- 3.การตรวจสอบด้านทฤษฎีคือจากการตรวจสอบว่ามีการใช้แนวคิดหรือทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด
- 4.การตรวจสอบการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล คือมีการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากบริษัทนำเที่ยว 2 บริษัท คือ บริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัด และ บริษัท จูบิลี่ แทรเวล จำกัด รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลจากบริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัด และ บริษัท จูบิลี่ แทรเวล จำกัด บริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัด เปิดให้บริการการนำเที่ยวมาแล้ว 17 ปี มีแนวคิดในการบริการว่า พนักงานทุกคนจะต้องบริการให้ลูกค้านั้นเกิดความพึงพอใจในสิ่งที่ให้บริการ เพราะหากลูกค้าเดินทางไปแล้วเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการของพนักงาน ในอนาคตลูกค้าก็จะไม่กลับมาใช้บริการจากทางบริษัทอีก แต่หากพนักงานบริการได้ดีและลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของทางบริษัทอีก นอกจากนั้น บริษัทยังมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า โดยการให้ทำแบบสอบถามในทุกๆครั้งที่จบการเดินทาง เพื่อดูความพึงพอใจและนำเอา



ข้อผิดพลาดมาพัฒนาให้ดีขึ้น บริษัทมีการใช้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ ธุรกิจบริการในการบริการเพื่อใช้ในการ จัดสรรเรื่องของรูปแบบการจัดโปรแกรมทัวร์ ราคา โปรโมชั่น และการโฆษณา ที่สำคัญคือ บริษัทจะเลือกทำเส้นทางที่ยังไม่ค่อยมีบริษัท อื่นทำ เพราะจะเป็นการสร้างความแตกต่าง และจุดขายให้กับบริษัท การนำเสนอขายก็ จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในปัจจุบันรูปแบบ การจำหน่ายทัวร์แบบเป็นหมู่คณะเป็นรายได้ หลักของทางบริษัท การทำทัวร์รูปแบบหมู่ คณะนั้นก็จะขึ้นอยู่กับความต้องการของ ลูกค้า คือ ลูกค้าจะติดต่อและบอกสถานที่ที่ ต้องการไป จากนั้นบริษัทก็จะออกแบบ โปรแกรม โดยการคิดเส้นทางและคิดต้นทุน ของสิ่งต่างๆ ให้กับลูกค้า

บริษัท จูบิลี่ แทรเวล จำกัด เปิด ให้บริการมาแล้ว กว่า 20 ปี บริษัทมีแนวคิด ว่า มุ่งมั่นบริการด้วยใจตอบกลับคำถามและ บริการอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ลูกค้าจะตัดสินใจ ไม่เลือกทัวร์กับทางบริษัทก็ตาม ทางบริษัท ประกอบกิจการทำทัวร์แบบรอบโลก จึงมีการ ผลิตบริการที่ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า อยู่เสมอ มีการพัฒนา และ เปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามยุคสมัยเรียนรู้

จากการบริโภคของผู้บริโภคสมัยนี้ ปรับให้ เข้ากับตัวราคาที่ย่อมเยาแต่มีคุณภาพเข้า ไปด้วย ให้ความสำคัญของสถานที่ที่กำลังมา แรง โดยจะวิเคราะห์ทางการตลาด บริษัทเรา มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการนำเสนอ ขายไปยังลูกค้า นอกจากนั้นยังมีการไปพบ ลูกค้าด้วยตนเอง ออก งานที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวต่างๆ และ ร่วมกับบริษัทอื่นในการ ซื้อโฆษณาลงหนังสือพิมพ์ ซึ่งปัจจุบันนี้คน ส่วนใหญ่นิยมการเดินทางไปเที่ยวด้วย ตนเองมากขึ้น บริษัทจึงมีการออกแบบ การจำหน่ายตั๋วเครื่องบินเป็นแพ็คเกจด้วย ตอนที่ 2 ข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคย ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ กลุ่ม นักท่องเที่ยวในเขตหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ที่เคยใช้บริการบริษัทนำ เที่ยว จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุเฉลี่ย 25-30 ปี ได้ ข้อมูลว่า หากต้องการไปเที่ยวกับครอบครัว หรือเวลาไปเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วม การ เดินทางมากก็จะเลือกใช้บริการบริษัทนำ เที่ยว โดยคิดว่าหากใช้บริการบริษัทนำเที่ยว สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ คือเรื่องของการ



บริการจากมัลติทัชหรือโทด์ ที่จะช่วยบอกเล่าความรู้ ข้อมูลต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวดูน่าสนใจมากขึ้นและยังสามารถถามข้อมูลที่สงสัยได้ทันทีอีกด้วย นอกจากนี้ช่วยในเรื่องของภาษาที่ไม่เอื้ออำนวย ไม่ต้องกังวลเรื่องที่พิก ที่กิน ที่ซื้อของ และคอยดูแลในทุกๆเรื่องทำให้อยากใช้บริการบริษัทนั้นๆอีกครั้งแต่การไปเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ก็มีข้อเสียบางเรื่อง เช่น เรื่องของเวลา เพราะไปเที่ยวในแต่ละทีนั้นมีเวลาจำกัด บางสถานที่ยังเที่ยวได้ไม่เต็มทีก็ต้องเปลี่ยนไปเที่ยวสถานที่อื่นแล้ว รวมไปถึงเรื่องของการร่วมการเดินทาง การเดินทางกับคนที่ไม่รู้จักกัน ก็จะมีเรื่องของนิสัยแต่ละคนที่ต่างกัน ความชอบไม่เหมือนกัน แต่ก็ต้องทำตามเสียงส่วนใหญ่ จึงต้องใช้ความอดทนเป็นอย่างมาก

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอขายหรือสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว โดยการสัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยว ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์แทรวิล จำกัด และ

บริษัท จูบิลี แทรวิล จำกัดซึ่งจากการศึกษานั้นพบว่าทางบริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์แทรวิล จำกัด จะเน้นใช้ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด รวมถึงการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำเอาข้อผิดพลาดมาปรับปรุงและพัฒนาการบริษัทให้ดีขึ้น ที่สำคัญคือบริษัทจะเลือกทำเส้นทางที่ยังไม่ค่อยมีบริษัทอื่นทำ เพราะจะเป็นการสร้างความแตกต่างและจุดขายให้กับบริษัท ส่วนบริษัท จูบิลี แทรวิล จำกัดจะผลิตรายการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามยุคสมัย เรียนรู้จากการบริโภคของคนสมัยนี้ ปรับให้เข้ากับทัวร์ราคาที่ย่อมเยาแต่มีคุณภาพเข้าไปด้วย โดยการใช้วิเคราะห์ทางการตลาดแล้วจึงจัดโปรแกรมทัวร์ บริษัทมีการใช้ Social Media ในการนำเสนอขายไปยังลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการไปพบลูกค้าด้วยตนเอง ออกงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างๆ และ ร่วมกับบริษัทอื่นในการซื้อโฆษณาลงหนังสือพิมพ์ ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นั้น หลักๆแล้วก็จะขึ้นอยู่กับบริการจากมัลติทัชหรือโทด์ หากคอยดูแลในทุกๆเรื่อง



สร้างสีสันและความพึงพอใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวอยากใช้บริการบริษัทนั้นๆอีกครั้งแต่ความไม่พึงพอใจจากนักท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของเวลาที่จำกัดในการลงเที่ยวแต่ละพื้นที่และการพบกับเพื่อนร่วมการเดินทางที่ไม่ดี

ข้อเสนอแนะ

บริษัทควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในรูปแบบของคุณภาพและปริมาณ เพื่อรับรู้ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อผู้บริโภคมากที่สุด

บรรณานุกรม

กมลภพ ทิพย์ปาละ (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://maymayny.wordpress.com/2014/12/06/บทที่-2-พฤติกรรมผู้บริโภค/>
กรมการท่องเที่ยว. (2556). มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2551. ค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์

2559, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/8/346>
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560. ค้นเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
กองวิจัยการตลาด. (2558). โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน. ค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2559, จาก <http://tourisminvest.tat.or.th/งานวิจัย/ตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน>
ปรัชญา ปิยะรังสี (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2559, จาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/บทที่-2-ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค/>
ศศิธร งามพันธ์. (2544). หลักการตลาด. ค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1238/9/adul.poot.pdf>
ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด. ค้นเมื่อ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

วันที่ 11 เมษายน 2559, จาก

php/MBASBJ/article/viewFile/37

<http://spssthis.blogspot.com/>

77/3767

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย.

ค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2559,

จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/>

399468

Kotler Phillip. (2003). Marketing

Management. ค้นเมื่อวันที่ 11

เมษายน 2559, จาก

[http://ejournals.swu.ac.th/index.](http://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/viewFile/37)

[php/MBASBJ/article/viewFile/37](http://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/viewFile/37)

77/3767

Kotler Phillip. (1994). Marketing

Management. ค้นเมื่อวันที่ 21

กุมภาพันธ์ 2559, จาก

<http://www.info.ms.su.ac.th/sum>

[s02/PDF01/2555/GB/60.pdf](http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2555/GB/60.pdf)

Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry,

L.L..(1988). SERVQUAL: A

multiple item scale for

measuring customer

perceptions of service quality.

ค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559, จาก

[http://ejournals.swu.ac.th/index.](http://ejournals.swu.ac.th/index)