



ศักยภาพและความพร้อมบริการ ทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา

วรัญญา ไชยทารินทร์* และ อริยา เผ่าเครื่อง

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000

*ผู้เขียนหลัก อีเมลล์: warunya_ch@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา และประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา การศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ อุปสงค์และอุปทานของบริการทางการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 288 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ t-test, F-test ประเมินความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวโดยใช้ค่าอัตราส่วนของคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และประเมินศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยวด้วยเทคนิค Importance performance analysis (IPA) ผลการวิจัยด้านอุปสงค์พบว่า บริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยาในภาพรวมยังขาดความพร้อม หากพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว บริการอาหาร สินค้าและบริการ บริการขนส่ง และกิจกรรมท่องเที่ยวยังขาดความพร้อม ส่วนด้านบริการที่พักมีความพร้อมเกินความคาดหวัง ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจพบว่า ความแตกต่างของเชื้อชาติ อายุ การศึกษา และระดับรายได้ มีผลต่อระดับความคาดหวังและความพึงพอใจด้านต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลประเมินศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยวพบว่า ด้านบริการอาหารเป็นเพียงด้านเดียวที่ไม่มีศักยภาพ ด้านอุปทานของบริการทางการท่องเที่ยวพบว่า ด้านบริการที่พักมีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง ด้านสินค้าและบริการยังไม่มีอัตลักษณ์ของจังหวัดพะเยาที่ชัดเจน ด้านบริการขนส่งมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจำนวนน้อยและยังไม่มีกิจกรรมมากเพียงพอที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมและพักค้างคืน จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันมีข้อสรุปว่า ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และผู้ประกอบการต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการบริการ

คำสำคัญ: จังหวัดพะเยา กว๊านพะเยา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว บริการทางการท่องเที่ยว



Capability and Readiness of Tourism Services in Kwan Phayao, Phayao Province

Warunya Chaitarin* and Ariya Phaokhrueang

*Department of Economics, School of Management and Information Sciences,
University of Phayao, Muang District, Phayao Province, Thailand 56000*

*Corresponding author's E-mail: warunya_ch@hotmail.com

Abstract

This research aims to study tourists' attitudes toward the readiness of tourism services in Kwan Phayao and to assess the readiness of the enterprises as well as the readiness of the communities related to tourism in Kwan Phayao. This study is divided into 2 parts – the supply and demand for tourism services. This study uses mixed method. The data from 288 tourists were collected and in-depth interview with entrepreneurs from the enterprises and communities were conducted. To analyze data, this study uses t-test and F-test to assess the readiness of tourism services using ratio between expectations and satisfactions of the tourists. To assess the ability to provide tourism services, Importance Performance Analysis (IPA) was conducted. The result related to the demand shows that, overall, tourism services in Kwan Phayao still needed to improve the readiness of tourist attraction, food services, products and services, transportations, and tourism activities. However, the accommodation had more readiness than expected. The results obtained for the social and economic differences among informants show that ethnicity, age, educational level, and income had an impact on the level of expectation and satisfaction at 0.05. The result shows that food services are the only factor that had low performance and need further attention. The findings related to the supply for tourism services which reflected the readiness of the resources to accommodate the tourists show that there was a strong price competition between the accommodation services. In terms of the products and services offered to the tourists, there was no uniqueness or identity clearly lined to Kwan Phayao. In terms of logistics, there were a relatively low number of tourists that use the services. Also, there were not enough activities to attract the tourists. The findings also suggest that the government needed to help promote Kwan Phayao to become one of the tourist destinations and the entrepreneurs needed to work together in order to improve their services.

Keywords: Phayao province, Kwan Phayao, Attraction capability, Tourism services

บทนำ

“กว๊านพะเยา” เป็นทะเลสาบน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ในภาคเหนือ ตั้งอยู่ใจกลางเมืองพะเยา และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาเที่ยวชมหากเดินทางมาจังหวัดพะเยา และสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็นเสมอ นอกจากนี้กว๊านพะเยายังเป็นแหล่งกักเก็บน้ำและแหล่งเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดกว่า 48 ชนิด มีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคนพะเยา และถือเป็นหัวใจของจังหวัดพะเยา นอกจากนี้บริเวณโดยรอบกว๊านพะเยายังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ และมีสถานที่สำคัญต่างๆ ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวก เช่น อนุสาวรีย์เจ้าพระยาอภัยเมือง วัดศรีโคมคำ (วัดประจำจังหวัด) วัดลี และท่าเรือโบราณ เป็นต้น

จากการสำรวจผู้มาเยือนจังหวัดพะเยาของกรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2559 พบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดพะเยาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า ส่งผลให้รายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า (ดังตารางที่ 1) ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีของการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา แต่จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยที่จังหวัดพะเยาไม่ได้มีการเตรียมแผนการรองรับที่ดี โดยเฉพาะด้านบริการทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อบริการทางการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา ในด้านบริการที่พัก บริการอาหาร และบริการขนส่ง ในระดับ “พอใช้” เท่านั้น (กรมการท่องเที่ยว, 2556) เนื่องจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญ และอาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาในอนาคต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประเมิน

ความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยว และศึกษาบริการทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมกว๊านพะเยา เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยว และหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาแก้ไข

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพร้อมด้านบริการทางการท่องเที่ยว กว๊านพะเยา และประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา โดยโครงการวิจัยนี้อยู่ภายใต้ชุดโครงการการพัฒนาระบบท่องเที่ยว กว๊านพะเยาแบบบูรณาการ ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการที่จะช่วยหนุนเสริมให้เกิดการแก้ปัญหาได้ครบถ้วนและตรงจุด อันได้แก่ โครงการการวิจัยและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานวิถีประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา โครงการการพัฒนาโครงข่ายทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเวียงพะเยา โครงการโปรแกรมประยุกต์สำหรับส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา และโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา เพื่อนำไปสู่การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และปรับปรุงพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยาอย่างเป็นระบบ และเกิดการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน ของบริการทางการท่องเที่ยว ด้านอุปสงค์ของบริการทางการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาความ

ตารางที่ 1 ข้อมูลผู้มาเยือนจังหวัดพะเยา ปี พ.ศ. 2554-2558

ปี พ.ศ.	2554	2555	2556	2557	2558	%Δ
นักท่องเที่ยว (คน)	130,759	232,827	252,709	258,659	274,443	109.88
นักท่องเที่ยว (คน)	235,917	256,572	268,997	277,609	290,185	23.00
วันพักเฉลี่ย (วัน)	2.59	2.73	2.56	2.46	2.41	-6.95
ค่าใช้จ่าย/คน/วัน (บาท)	952.27	1,049.20	1,083.98	1,116.72	1,173.44	23.23
รายรับจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	546.96	936.90	993.86	1,018.91	1,114.83	103.82

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2559)

ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นผู้ใช้บริการโดยตรง อันได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ คำนิยาม “นักท่องเที่ยว” ตามองค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) (1963 อ้างใน วิฑิตมา รัตนพงษ์, 2558) กล่าวว่า เป็นผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นิยาม “นักท่องเที่ยว” คือผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่กว๊านพะเยา และพักอยู่ในที่พักบริเวณชายกว๊านพะเยา ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยแบ่งการประเมินความพร้อมเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการที่พัก ด้านสินค้าและบริการ ด้านบริการอาหาร ด้านบริการขนส่ง และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการจัดองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2544) โดยแต่ละด้านมีดัชนีย่อย ภายใต้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) 4Ps' และ 4Cs' (กิตติ ลีรพัลลภ, 2553) เพื่อประเมินความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน

ด้านอุปทานของบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของธุรกิจที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยว และประเมินความพร้อมด้านอุปทานของบริการทางการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการ โดยจำแนกบริการทางการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภทธุรกิจ (กุลวรา สุวรรณพิมล,

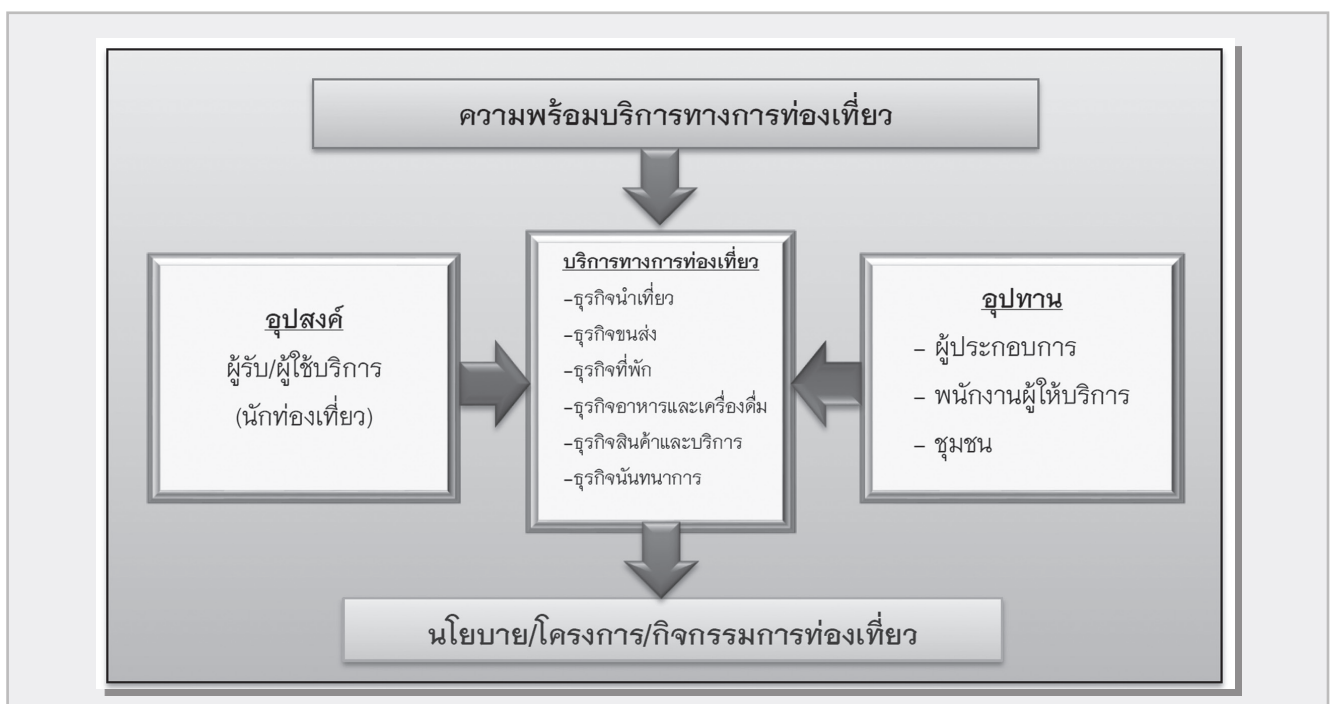
2548) ได้แก่ ธุรกิจที่ให้บริการนำเที่ยว ธุรกิจที่ให้บริการขนส่ง ธุรกิจที่ให้บริการที่พัก ธุรกิจที่ให้บริการอาหาร ธุรกิจที่ให้บริการสินค้าและบริการ และธุรกิจนันทนาการ บริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก และประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดแสดงดังภาพที่ 1

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่สำคัญ เพื่อให้ครอบคลุมด้านอุปสงค์ และอุปทานของบริการทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1) การศึกษาศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยว

นอกจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ “บริการทางการท่องเที่ยว” ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และมีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเห็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อน และได้รับความผ่อนคลาย และ กุลวรา สุวรรณพิมล (2548) จำแนกประเภทการบริการทางการท่องเที่ยว ออกเป็น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6 ประเภทธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจสินค้าและบริการ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนันทนาการ และธุรกิจนันทนาการ นอกจากนี้ ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556) ได้ให้ความหมายศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่าเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ โดยเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน

นอกจากนี้ วิฑิตติกา ทางชั้น (2557) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 ประการ หรือ 6 A's ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านที่พักแรม (Accommodation) และด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary service) และปรัชญากรณ์ ไชยเดช และคณะ (2558) ใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยใช้หลักองค์ประกอบ 3 A's ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (Amenity)

การศึกษาศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยวครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการที่พัก ด้านสินค้าและบริการ ด้านบริการอาหาร ด้านบริการขนส่ง และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และใช้เทคนิค Importance performance Analysis (IPA) ในการประเมินศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยวที่วัดกัน

2) การประเมินความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยว

การประเมินความพร้อม ผู้วิจัยนำแนวคิด “ความพึงพอใจ” และ “ความคาดหวัง” มาใช้ในการประเมิน Wolman (1973) ให้ความหมาย “ความพึงพอใจ” ว่าเป็นความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ ซึ่งเห็นได้ว่าการพึงพอใจมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงความคาดหวัง โดยเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึก

ของมนุษย์จากความคาดหวังก่อนการรับบริการ และความรู้สึกพึงพอใจหลังจากได้รับบริการนั้นแล้ว Shames และ Glover (1988 อ้างใน เลิศพร ภาละสกุล, 2555) กล่าวว่าความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่าที่หวังไว้ หรือเกินกว่าที่หวังไว้ นานนท์ หอมสุต และ ณิชยา นิลแสง (2554), สุจิตราภรณ์ จุสปาโล (2556) และ ญัฐนรี สมิตร์ และสมบัติ กาญจนกิจ (2558) ได้นำแนวคิดความคาดหวังและความพึงพอใจมาใช้เปรียบเทียบ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการศึกษานี้เพื่อให้ทราบว่าการบริการทางการท่องเที่ยวแต่ละด้านมีความพร้อมหรือไม่ ผู้วิจัยจึงได้นำหลักแนวคิดเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการทางการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวัดเจตคติตามวิธีของ Likert scale วัดระดับความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจ

3) เทคนิค Importance Performance Analysis: IPA

เทคนิค IPA คิดค้นขึ้นโดย Martilla & James (1977) เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อประเมินผลการยอมรับสินค้าจากผู้บริโภค ให้ทราบถึงศักยภาพ และก่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนา เดิมนิยมใช้ในการประเมินอุตสาหกรรม จากนั้นเริ่มนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยนำมาใช้วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคเมื่อใช้/รับบริการ เพื่อประเมินผลการรับบริการจากผู้บริโภค ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลที่มีต้นทุนต่ำ และให้ข้อมูลในเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ และทำให้ผู้ประกอบการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น ผลการประเมินจาก IPA มีการแปลผลนำเสนอเป็นแผนภาพสองมิติ เข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ และตัดสินใจด้านการตลาด (สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, 2556) ผลที่ได้จากการใช้เทคนิค IPA สามารถนำมาจัดวางในแผนภาพ โดยแบ่งแผนภาพออกเป็น 4 ส่วน (ดังภาพที่ 2)

การแปลความหมายของเทคนิค IPA แบ่งออกเป็น 4 ส่วน หรือ 4 Quadrant โดยเส้นแบ่งแกนตั้งแสดงค่าระดับความสำคัญของคุณลักษณะที่กำลังศึกษาที่ลูกค้ารับรู้ หรือค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจจากการใช้/รับบริการ และเส้นแบ่งแกนนอนแสดงค่าระดับความสามารถของคุณลักษณะนั้นๆ ของสินค้าหรือบริการ หรือค่าเฉลี่ยของคะแนนความคาดหวังก่อนการใช้/รับบริการ สามารถอธิบายความหมายในแต่ละส่วนดังนี้



ภาพที่ 2 ผลลัพธ์การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละคุณสมบัติ

- **QUADRANT I** (Concentrate here) หมายถึง คุณลักษณะที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญ หรือมีความคาดหวังมาก แต่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่เพียงพอ ส่งผลให้มีความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดไว้ หรือเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ

- **QUADRANT II** (Keep up with good work) หมายถึง คุณลักษณะที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญหรือมีความคาดหวังมาก และผู้ให้บริการตอบสนองได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้มีความพึงพอใจสูง หรือเป็นสิ่งที่ทำดีแล้วและควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

- **QUADRANT III** (Low priority) หมายถึง คุณลักษณะที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญต่ำ หรือมีความคาดหวังน้อย และผู้บริโภครู้สึกว่าไม่ได้รับความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ หรือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่ำ

- **QUADRANT IV** (Possible overkill) หมายถึง คุณลักษณะที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญต่ำ หรือไม่ได้มีความคาดหวัง แต่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ด้านอุปสงค์บริการทางการท่องเที่ยวใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 288 คน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการโดยตรง เพื่อประเมินความพร้อมของบริการ

ทางการท่องเที่ยวภูเก็ตประกอบด้วย 6 ด้าน โดยใช้วิธีการวัดเจตคติตามวิธีของ Likert scale วัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจในการรับบริการการท่องเที่ยว เพื่อประเมินความพร้อม หากอัตราส่วนของความคาดหวังต่อความพึงพอใจเท่ากับ 1 หมายถึง มีความพร้อม อัตราส่วนของความคาดหวังต่อความพึงพอใจน้อยกว่า 1 หมายถึง มีความพร้อมเกินที่คาดไว้ อัตราส่วนของความคาดหวังต่อความพึงพอใจมากกว่า 1 หมายถึง ขาดความพร้อม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ t-test, F-test และใช้เทคนิค Importance performance analysis (IPA) ในการประเมินศักยภาพของการบริการทางการท่องเที่ยว

ด้านอุปทานบริการทางการท่องเที่ยว ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ พนักงาน ผู้ให้บริการ และชุมชนที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวภูเก็ต เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยธุรกิจที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวให้ข้อมูลจำนวน 37 แห่ง และนำผลการประเมินความพร้อมจากนักท่องเที่ยวมาเสนอในที่ประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการ ชุมชน ท่องเที่ยวจังหวัด และบุคลากรของหน่วยงานของรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการ และชุมชนเพื่อร่วมกันเสนอแนวทางปรับปรุงและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1) ด้านอุปสงค์บริการทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบริเวณวังพระยาส่วนใหญ่เป็นคนไทย ร้อยละ 90 และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 10 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุเฉลี่ย 37 ปี อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยประมาณ 30,000 บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด อายุเฉลี่ย 63 ปี มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศฝรั่งเศส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 120,000 บาทต่อเดือน และเป็นคู่เกษียณอายุ

การประเมินความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยว แบ่งการประเมินออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการที่พัก ด้านบริการอาหาร ด้านบริการขนส่ง ด้านสินค้าและบริการ และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวให้คะแนนระดับความคาดหวังก่อนรับ/ใช้บริการ และให้คะแนนระดับความพึงพอใจหลังจากรับ/ใช้บริการ ทางการท่องเที่ยวบริเวณวังพระยา โดยแต่ละด้านมีดัชนีย่อยเพื่อประเมินความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ภายใต้แนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) 4Ps' และ 4Cs' จากนั้นนำค่าคะแนนดังกล่าวมาใช้ในการประเมินความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน เกณฑ์การประเมิน

ความพร้อม มีดังนี้ อัตราส่วนของคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจเท่ากับ 1 หมายถึง มีความพร้อม อัตราส่วนของคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจมากกว่า 1 หมายถึง ขาดความพร้อม อัตราส่วนของคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจน้อยกว่า 1 หมายถึง มีความพร้อมเกินที่คาดหวัง

ผลการประเมินความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่าบริการทางการท่องเที่ยวบริเวณวังพระยาขาดความพร้อม โดยมีอัตราส่วนคะแนนระดับความคาดหวังรวมต่อคะแนนระดับความพึงพอใจรวม เท่ากับ 1.031 (มีค่ามากกว่า 1) (ดังตารางที่ 2) หากพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการอาหาร ด้านสินค้าและบริการ ด้านบริการขนส่ง และด้านกิจกรรมท่องเที่ยวยังขาดความพร้อม โดยมีอัตราส่วนคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจมากกว่า 1 สำหรับด้านบริการที่พักเป็นด้านเดียวที่มีความพร้อมเกินที่คาดหวัง โดยมีอัตราส่วนคะแนนระดับความคาดหวังต่อคะแนนระดับความพึงพอใจน้อยกว่า 1 (ดังตารางที่ 2)

หากวิเคราะห์ความคิดเห็นระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้คะแนนความคาดหวังมากกว่าคะแนนความพึงพอใจ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้คะแนนความคาดหวังน้อยกว่าคะแนนความพึงพอใจ ส่งผลให้ผลการประเมินความพร้อมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยวบริเวณวังพระยา

ด้าน	ผลการประเมินความพร้อมของนักท่องเที่ยว		
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
แหล่งท่องเที่ยว	1.031	0.953	1.024
บริการที่พัก	0.991	0.939	0.986
บริการอาหาร	1.047	0.934	1.036
บริการขนส่ง	1.069	1.029	1.065
สินค้าและบริการ	1.045	1.000	1.040
กิจกรรมท่องเที่ยว	1.037	1.027	1.036
รวม	1.037	0.980	1.031

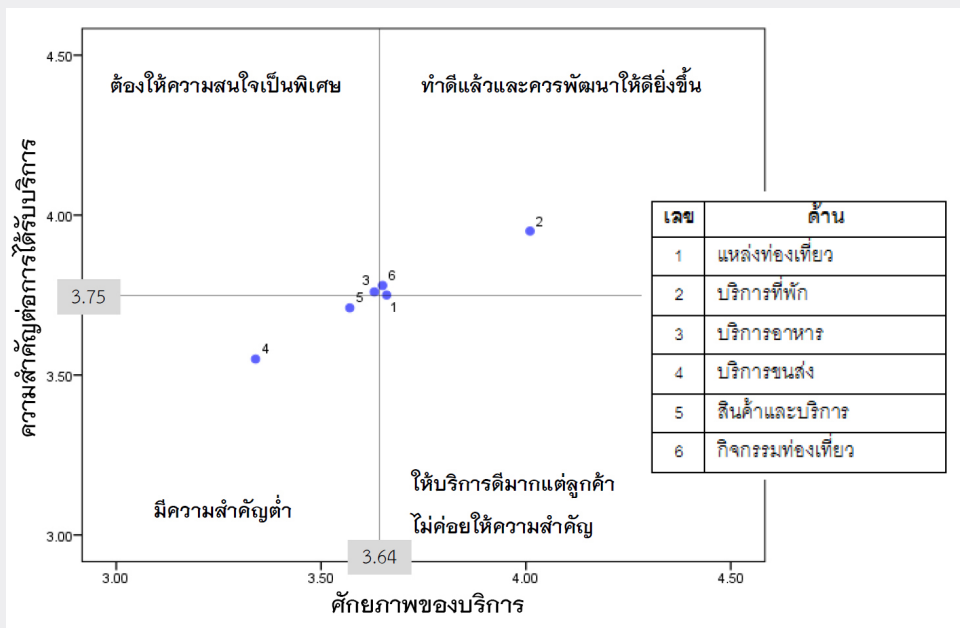
ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: มากกว่า 1 = ขาดความพร้อม, น้อยกว่า 1 = เกินความพร้อม, เท่ากับ 1 = มีความพร้อม

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าความแตกต่างของเชื้อชาติ อายุ การศึกษา และระดับรายได้ มีผลต่อระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของบริการทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 3) จากผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าบริการทางการท่องเที่ยวในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการที่พัก และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ควรต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจ นอกจากนี้ ควรมีการปรับเปลี่ยนบริการในแต่ละด้านเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยามากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ และด้านที่ต้องหาแนวทางปรับปรุงคือ ด้านบริการอาหาร ด้านบริการขนส่ง และด้านสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงให้เข้ามาท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยา เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการ

ศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยาควรปรับเปลี่ยน และเพิ่มศักยภาพการให้บริการในแต่ละด้าน เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีขึ้นแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งจะส่งผลให้รายรับทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของบริการทางการท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยา ด้วยเทคนิค IPA โดยให้ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวสะท้อนถึงการให้คะแนนความสำคัญต่อการได้รับบริการทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ และผลการดำเนินงานสะท้อนผ่านระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการได้รับบริการทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ พบว่า ด้านบริการอาหาร นักท่องเที่ยวให้คะแนนระดับความคาดหวังด้านบริการอาหารสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนความคาดหวังรวม แต่ได้รับความพึงพอใจด้านบริการอาหารต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจรวม อยู่ในช่องที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ ซึ่งสะท้อนถึงการไม่มีศักยภาพ ส่วนด้านบริการที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมท่องเที่ยวอยู่ในช่องทำดีแล้วและควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยนักท่องเที่ยวให้คะแนนระดับความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนความคาดหวังรวม และได้รับความพึงพอใจสูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจรวม สะท้อนให้เห็นถึงการมีศักยภาพ ส่วนด้านสินค้าและบริการ และด้านบริการขนส่ง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่ำ (ดังภาพที่ 3)



ที่มา: จากการวิเคราะห์

หมายเหตุ: เส้นแบ่งแกนตั้ง คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความคาดหวังรวม เท่ากับ 3.75 คะแนน และเส้นแบ่งแกนนอน คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจรวม เท่ากับ 3.64 คะแนน

ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงานของการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยา

ตารางที่ 3 ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการ ทางการท่องเที่ยวภาคพะเยา		เชื้อชาติ ^A		เพศ ^A		อายุ ^B			การศึกษา ^A		รายได้ ^A	
		ไทย	ต่างชาติ	ชาย	หญิง	<30 ปี	30-60ปี	>60 ปี	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี ขึ้นไป	ต่ำกว่า ค่าเฉลี่ย	สูงกว่า ค่าเฉลี่ย
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง	3.81*	3.19*	3.71	3.78	3.90*	3.76*	3.24*	3.81	3.73	3.85*	3.51*
	ระดับความพึงพอใจ	3.70*	3.34*	3.62	3.70	3.69	3.70	3.38	3.72	3.64	3.72	3.55
	ระดับความคาดหวัง	4.02*	3.37*	3.89	4.00	3.98*	4.01*	3.52*	4.05	3.92	4.00	3.85
ด้านบริการที่พัก	ระดับความพึงพอใจ	4.05*	3.59*	3.92	4.07	3.87*	4.12*	3.71*	4.07	3.98	3.99	4.04
	ระดับความคาดหวัง	3.81*	3.28*	3.69	3.80	3.90*	3.74*	3.44*	3.95*	3.69*	3.84*	3.57*
	ระดับความพึงพอใจ	3.64	3.51	3.56	3.68	3.65	3.60	3.68	3.74	3.59	3.68	3.51
ด้านบริการขนส่ง	ระดับความคาดหวัง	3.57	3.39	3.50	3.60	3.70	3.49	3.53	3.72	3.50	3.64*	3.37*
	ระดับความพึงพอใจ	3.34	3.29	3.29	3.37	3.31	3.32	3.51	3.53*	3.27*	3.38	3.25
	ระดับความคาดหวัง	3.74	3.44	3.69	3.73	3.86	3.67	3.57	3.77	3.69	3.78*	3.56*
ด้านสินค้าและบริการ (ของฝากและของที่ระลึก)	ระดับความพึงพอใจ	3.58	3.44	3.55	3.58	3.56	3.57	3.59	3.79*	3.49*	3.62	3.45
	ระดับความคาดหวัง	3.82*	3.36*	3.72	3.82	3.96*	3.74*	3.46*	3.88	3.74	3.88*	3.53*
	ระดับความพึงพอใจ	3.69*	3.27*	3.59	3.69	3.69	3.66	3.41	3.78	3.60	3.73*	3.46*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * หมายถึง ตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจส่งผลทำให้ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

A วิเคราะห์โดยใช้วิธี t-test และ B วิเคราะห์โดยใช้วิธี F-test

2) ด้านอุปทานบริการทางการท่องเที่ยว

สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวที่วังกวีนพะเยา มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1) ธุรกิจที่ให้บริการที่พัก โรงแรมมีจำนวนทั้งหมด 10 แห่ง รวมทั้งหมด 220 ห้อง หากจำแนกตามขนาดโรงแรม (Hotel size) พบว่าที่พักบริเวณชายกวีนพะเยาจัดเป็นห้องพักขนาดเล็ก เป็นห้องพักที่มีจำนวนต่ำกว่า 150 ห้อง (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ธุรกิจบริการที่พักจำแนกตามจำนวนห้องพัก

จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ราคาห้องพัก (บาท)	จำนวน (แห่ง)	คิดเป็น (ร้อยละ)
< 10	600-1,500	4	40
10 – 20	600-2,500	3	30
21 – 40	2,300-4,500	1	10
41 – 70	1,200-1,900	1	10
70 ขึ้นไป	590-2,500	1	10
รวม	590-4,500	10	100

ที่มา: จากการสำรวจ

ธุรกิจบริการที่พักบริเวณชายกวีนพะเยามีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริการจักรยานสำหรับปั่นท่องเที่ยวฟรี บริการอาหารเช้า แต่มีข้อจำกัดเรื่องที่พักจอดรถ เนื่องจากที่พักบริเวณชายกวีนพะเยามีพื้นที่จำกัด จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้บริการที่พัก พบว่าในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High season) ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดสุดสัปดาห์จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักเต็มทุกแห่ง แต่ในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย (Low season) นักท่องเที่ยวเข้าพักห้องพักเพียงร้อยละ 40 ของจำนวนห้องพักที่มีอยู่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการแข่งขันด้านราคา โดยใช้วิธีตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้ประกอบการการดำเนินธุรกิจที่พักในปัจจุบันมีรายได้ลดลง

2.2) ธุรกิจที่ให้บริการอาหาร ร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณชายกวีนพะเยา จำนวนทั้งหมด 19 แห่ง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 3,359 คนต่อวัน หากจำแนกร้านอาหารตามการออกแบบตกแต่งของกระทรวงพาณิชย์พบว่า ร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณชายกวีนพะเยาส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านอาหารทั่วไป (Fast dinner) คิดเป็นร้อยละ 74 คือมีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย มีความทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน สะดวก รวดเร็ว มีรายการอาหารจำกัดและสามารถหมุนเวียน

ลูกค้าได้ในปริมาณมาก (ดังภาพที่ 4) รองลงมาเป็นประเภทร้านอาหารระดับกลาง (Casual dinner) คิดเป็นร้อยละ 26 เป็นร้านอาหารที่มีการออกแบบตกแต่งแบบพอเหมาะ เน้นบรรยากาศแบบสบาย เป็นกันเอง ราคาอาหารระดับปานกลาง พนักงานบริการเป็นกันเอง ไม่มีพิธีรีตอง (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ธุรกิจที่ให้บริการอาหาร จำแนกตามการออกแบบตกแต่ง

ประเภท	จำนวน (แห่ง)	คิดเป็น (ร้อยละ)
ร้านอาหารระดับหรู	0	0
ร้านอาหารระดับกลาง	5	26
ร้านอาหารทั่วไป	14	74
ร้านริมบาทวิถี	0	0
รวม	19	100

ที่มา: จากการสำรวจ

2.3) ธุรกิจที่ให้บริการสินค้าและบริการ ร้านขายของฝากและของที่ระลึกที่ตั้งอยู่บริเวณถนนชายกวีนพะเยา และในอำเภอเมืองมีดังนี้ ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP วัดศรีโคมคำ ร้านใส่แว่นกลาง ร้านผ้าคำ ตลาดสดพะเยาอาเขต ตลาดสดแม่ต้า (ตลาดแม่ทองคำ) ร้านทรัพย์สินสุขุม ของฝากและของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเลือกซื้อ ได้แก่ ปลาสาม เลือพะเยา ผ้าทอพื้นเมือง กาละแม กัวยาบ ใส่อ้ว และครีมมะขาม สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเลือกซื้อผ้าทอพื้นเมืองที่มีสัญลักษณ์ของไทย และโปสการ์ด



ภาพที่ 4 ธุรกิจที่ให้บริการร้านอาหารบริเวณชายกวีนพะเยา

2.4) ธุรกิจที่ให้บริการนำเที่ยว บริเวณกว๊านพะเยา มีธุรกิจที่จดทะเบียนขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 เพียง 1 แห่ง ภายใต้ชื่อ “ห้างหุ้นส่วนจำกัดสบายดี กรู๊ป 88 by ดี แอนด์ เอ็ม พะเยาทัวร์” มีการจัดโปรแกรมทัวร์ ในลักษณะแพ็คเกจทัวร์ ภายในประเทศ และต่างประเทศ และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใน จังหวัดพะเยาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ และพนักงาน บริษัทเอกชนที่ต้องการไปศึกษาดูงาน

2.5) ธุรกิจที่ให้บริการขนส่ง การเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณกว๊านพะเยา นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยบริการขนส่งสาธารณะได้สะดวก เพราะมีบริการรถประจำทาง และจักรยานยนต์รับจ้าง ณ สถานีขนส่งจังหวัดพะเยา รถโดยสารประจำทางเส้นทางกรุงเทพมหานคร-พะเยา มีวันละหลายเที่ยว และหลายบริษัท ดังนี้ บริษัทขนส่งจำกัด บริษัทสยามเฟิร์สทัวร์จำกัด และบริษัทสมบัติทัวร์จำกัด นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงราย-พะเยา และเชียงใหม่-พะเยา ของบริษัทไทยพัฒนกิจขนส่งจำกัด ตั้งแต่เวลา 6.00 – 17.30 น. ของทุกวัน และรถออกทุกๆ ครึ่งชั่วโมง หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดพะเยา สามารถเลือกใช้บริการขนส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ อย่างสะดวกสบาย ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง จักรยานยนต์รับจ้าง และรถสามล้อเครื่อง

ซึ่งรอให้บริการอยู่ในสถานีขนส่งผู้โดยสาร ตลอด 24 ชั่วโมง (ดังภาพที่ 5)

2.6) ธุรกิจนันทนาการ หรือธุรกิจที่ให้บริการเพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมล่องเรือไหว้พระกลางน้ำ กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา กิจกรรมปั่นจักรยาน กราบไหว้อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง และกิจกรรมไหว้พระ เนื่องจากบริเวณชายกว๊านพะเยามีวัดหลายแห่ง สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ได้แก่ วัดศรีโคมคำ (พระเจ้าตนหลวง) วัดพระธาตุจอมทอง เป็นต้น (ดังภาพที่ 6)



ภาพที่ 5 ผู้ประกอบการที่คอยให้บริการอยู่ในสถานีขนส่งผู้โดยสาร



วัดศรีโคมคำ (พระเจ้าตนหลวง)



พญานาคคู่แห่งกว๊านพะเยา



อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง



ล่องเรือไหว้พระกลางน้ำ

ภาพที่ 6 กิจกรรมนันทนาการบริเวณกว๊านพะเยา

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของผู้ประกอบการและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยว

จากผลการประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพร้อมของบริการทางการท่องเที่ยวที่วัดจากงานพะเยา เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ในงานสัมมนา “Simple is the best in Phayao: การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพะเยาสู่สากล” โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วม

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ชุมชน ท่องเที่ยวจังหวัด และบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยว (ดังภาพที่ 7) สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1) ด้านบริการที่พัก การรองรับนักท่องเที่ยวในด้านที่พักมีความพร้อมในด้านมาตรฐานห้องพัก แต่ยังขาดบุคลากรที่มีทักษะทางด้านภาษาเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ขาดการวางแผนรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ มีการแข่งขันทางด้านราคาห้องพักอย่างรุนแรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้อง



ท่องเที่ยวจังหวัด ประสานในการประชุม



บรรยากาศในงานสัมมนา



นักวิจัยคืนข้อมูลให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้



ภาพที่ 7 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในงานสัมมนา “Simple is the best in Phayao: การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพะเยาสู่สากล”

แบบรับต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้มีรายได้ลดลง นอกจากนี้ ปัญหาเรื่องของแรงงานที่ไม่ตรงกับสายอาชีพ ทำให้ไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และสำนึกรักในองค์กร ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ สื่อที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอนาคต

2) ด้านแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวมีข้อจำกัดหลายด้าน ได้แก่ ข้อกฎหมาย เขตอนุรักษ์ ส่งผลให้ไม่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้เต็มที่ การปรับปรุงพัฒนาทำได้เพียงจัดแต่งภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

3) ด้านสินค้าและบริการ ของฝากและของที่ระลึกยังขาดอัตลักษณ์ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาทั้งในเรื่องของการตลาด และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4) ด้านบริการขนส่ง นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการขนส่งมีจำนวนน้อย นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ และนิยมเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากกระแสรายไม่ไกล และมีความปลอดภัย

5) ด้านบริการอาหาร ความพร้อมในการบริการยังขาดอยู่หลายด้าน ได้แก่ ความพร้อมของบุคลากรที่ให้บริการ ทักษะการสื่อสาร และความรักในองค์กร เนื่องจากบุคลากรผู้ให้บริการในร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นพนักงานนอกเวลา นอกจากนี้ยังขาดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

6) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่ากิจกรรมมีจำนวนน้อย ไม่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมและพักค้างคืน หากจะเพิ่มกิจกรรมก็ต้องคำนึงถึงข้อกฎหมาย และวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา และการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

การให้บริการทางการท่องเที่ยวควรวางแผนพัฒนาบริการอาหารเป็นอันดับแรก เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงมาก แต่ได้รับความพึงพอใจในระดับต่ำ โดยเฉพาะบริการที่จอดรถของร้านอาหารที่ยังขาดความพร้อมในการให้บริการ เรื่องของความสะอาดและความปลอดภัย และรสชาติความอร่อยของอาหาร

แนวทางการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวควรวางแผนสอดคล้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยา จากผลการศึกษาพบว่าความแตกต่างของเชื้อชาติ อายุ การศึกษา และระดับรายได้ มีผลต่อระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของบริการทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการบริการทางการท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยาในหลายด้าน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรมบริเวณรอบกว๊านพะเยาต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ควรปรับเปลี่ยนบริการในแต่ละด้านเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวที่กว๊านพะเยาให้มากขึ้น และประเด็นที่ต้องหาแนวทางปรับปรุงในด้านบริการอาหาร บริการขนส่ง และสินค้าของฝากและของที่ระลึกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงเข้ามาท่องเที่ยวบริเวณรอบกว๊านพะเยา สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ย แต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา ควรปรับเปลี่ยนและเพิ่มศักยภาพการให้บริการในแต่ละด้านเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้รายรับทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาดูแล และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจ รักษาพล และคณะ (2560)

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยพะเยาที่สนับสนุนทุนในการวิจัย สัญญาทุนเลขที่ TRFUPK59B05 และขอขอบคุณผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องที่ได้สละเวลาให้สัมภาษณ์ และประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. 2556. รายงานการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2556. 8-23.
- กรมการท่องเที่ยว. 2559. สถิตินักท่องเที่ยว. จาก <http://www.tourism.go.th/view/1/สถิตินักท่องเที่ยว/สถิตินักท่องเที่ยว/200/TH-TH#MainContent>. <https://goo.gl/eVJdV3>. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2559.
- กิตติ ลีรพัลลภ. 2553. 4P 4C และ 4F: การตลาดแบบไทยๆ. พิมพ์ครั้งที่ 2. ไทยวัฒนาพานิช. กรุงเทพฯ ฯ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. 2548. หลักการมัคคุเทศก์. แสงดาว. กรุงเทพฯ. 423 น.
- ฐิติมา รัตนพงษ์. 2558. ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.
- ณัฐนรี สมิตร และ สมบัติ กาญจนกิจ. 2558. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา. 7(1); 163-179.
- นภานนท์ หอมสุต และ ณริษา นิลแสง. 2554. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร: วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 19(พิเศษ); 53-61.
- ปรัชญากรณ์ ไชยคช และคณะ. 2558. ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านต้นหยงลูโละ ตำบลต้นหยงลูโละ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ วันที่ 26 มิถุนายน 2558. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. สงขลา.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พชรินทร์ เสริมการดี. 2556. การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโดนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. สุทธิปริทัศน์. 27(83); 97-112.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2555. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ. 550 น.
- วิติกา ทางชั้น. 2557. การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมชายแดนโขงสู่ความยั่งยืน. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 วันที่ 28 มีนาคม 2557. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2544. การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย. กรุงเทพฯ.
- สุจิตราภรณ์ จุสปาโล. 2556. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา. สุทธิปริทัศน์. 27(84); 28-54.
- อำนาจ รักษาพล และคณะ. 2560. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดระบบโครงข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพร. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 9(1); 23-37.
- Martilla, J. A. & James, J. C. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*. 41(1); 77-79.
- Wolman, B. B. 1973. *Dictionary of behavioral science*. Van Nostrand Reinhold. New York.