การศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

วันที่รับบทความ 11/10/2566
วันที่แก้ไขบทความ 04/12/2566
วันที่ตอบรับบทความ 18/12/2566

ณัฐวดี ชลคณานุกูล[1,*] วิลาสินี ยนต์วิกัย[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี และ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.882 ร่วมกันทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (R^2) ได้ร้อยละ 77.3 และมีค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีค่า F เท่ากับ 170.246 สร้างสมการทำนายได้ดังนี้ $\hat{y}_T = 0.457 + 0.113x_1 + 0.260x_3 + 0.245x_4 + 0.254x_5$

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์

[1,*] สาขาการจัดการธุรกิจการบริการ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิตธานี
อีเมล : nuthawadee.chon@gmail.com

[2] สาขาการจัดการธุรกิจการบริการ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิตธานี

A Study of Service Quality that Affects the Satisfaction of Campers Visiting Camping Sites in Chonburi

Received	11/10/2023
Revised	04/12/2023
Accepted	18/12/2023

Nuthawadee Chonkhananukoon[1,*] Wilasinee Yonwikai[1]

Abstract

The purposes of this research were 1) to investigate camper satisfaction of campsites in Chonburi and 2) to study service quality that affects camper satisfaction of campsites in Chonburi. The sampling group was 200 campers visiting campsites in Chonburi, which were collected by using multi-stage sampling. The collected data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The results showed that there were four service quality-related factors, namely tangibility, responsiveness, assurance, and empathy, that affected the satisfaction of campers at the statistical significance level of 0.05. The correlation coefficient was 0.882. In addition, the linear relationship was 77.3 with the f value of 170.246. The forecast equation was $\hat{y}_T = 0.457 + 0.113x_1 + 0.260x_3 + 0.245x_4 + 0.254x_5$

Keywords: Service quality; Camper satisfaction; Camping

[1,*] Hospitality Business Management Program, Faculty of Business Administration, Dusit Thani College
e-mail: nuthawadee.chon@gmail.com

[1] Hospitality Business Management Program, Faculty of Business Administration, Dusit Thani College

บทนำ

จังหวัดชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย เป็นเมืองตากอากาศริมทะเลที่ใกล้กรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นบางแสน พัทยา ซึ่งได้รับความนิยมจากชาวไทย และชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก รวมถึงยังมีเกาะต่าง ๆ ชายหาดที่อยู่ภายใต้การดูแลของกองทัพเรือ อุทยาน และลานกางเต็นท์ทั้งของภาครัฐและเอกชน เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับ 3 ของประเทศไทย และเป็นจังหวัดที่มียอดสะสมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าจังหวัดชลบุรีทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศรวมเป็นจำนวน 10,799,364 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ปัจจุบันมีกระแสนิยมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ทั่วโลกเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ทั่วโลก คาดว่าเติบโตจาก 6.2 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มเป็น 6.89 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี 2565 ที่อัตราการเติบโตต่อปี 11.2% และคาดว่าจะโตถึง 1 แสนล้านดอลลาร์ ในปี 2569 หรือเติบโตขึ้นอีกร้อยละ 9.9 (The Business Research Company, 2022) สิ่งที่หนึ่งที่ใช้สะท้อนความนิยมในการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ในประเทศไทยได้ก็คือ ตัวเลขผู้ติดตามช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ ตัวอย่างเช่น กลุ่มจุดกางเต็นท์ที่มีผู้ติดตามสูงถึง 1.6 ล้านคน กลุ่มลานกางเต็นท์ใหม่บอกด้วยมีผู้ติดตาม 2.7 แสนคน กลุ่มลางานไปกางเต็นท์ 3.1 พันคน กลุ่มจุดกางเต็นท์ชลบุรี 1.1 หมื่นคน ดังปรากฏได้จากสถานลานกางเต็นท์ที่เกิดขึ้นมากมาย ทั้งที่บริหารจัดการโดยส่วนของรัฐบาล เช่น หาดทรายแก้ว หาดนภาธาราภิรมย์ และหาดสอ กรมสรรพาวุธทหารเรือ และที่บริหารจัดการลงทุนโดยเอกชน เช่น Camp Tales, We Camping, Lake View Resort, บ้านแม่หญิงสุภากาญจน์, บายอนท่าไทร (เที่ยวแคมป์ปิ้ง, 2564)

คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน มีส่วนในการสร้างคุณค่าตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจเกิดจากความประทับใจในการได้รับการบริการที่ตรงหรือเหนือความคาดหวัง (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560, น. 221) คุณภาพการบริการถือเป็นเรื่องสำคัญมากของธุรกิจในยุคปัจจุบันที่มีคู่แข่งเกิดขึ้นจำนวนมาก ลานกางเต็นท์ที่ส่วนใหญ่พนักงานคือคนในครอบครัว หรือคนในท้องถิ่น จึงต้องให้ความสำคัญอย่างมากในการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องการบริการให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างจากธุรกิจลานกางเต็นท์อื่น ๆ จนเกิดความพึงพอใจ เกิดการบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

การตั้งแคมป์ เริ่มจากการออกรบของทหารที่ต้องออกรบเป็นระยะเวลานาน นอกเหนือจากการออกรบแล้วคนที่ออกไปตั้งแคมป์จะเป็นคนที่ต้องเดินทางไปค้าขาย ไปแสวงบุญ และการออกล่าสัตว์ จุดเริ่มต้นของการออกไปตั้งแคมป์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เกิดขึ้นเมื่อศตวรรษที่ 19 ในประเทศตะวันตก ซึ่งการตั้งแคมป์ในประเทศไทย เริ่มขึ้นหลังปี พ.ศ. 2523 แต่ช่วงที่เริ่มเป็นกระแสนิยมคนออกมาตั้งแคมป์กันอย่างแน่นหนาในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาตินั้น เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 จนเมื่อปลายปี

พ.ศ. 2562 เกิดโรคระบาด Covid-19 ทุกประเทศทั่วโลกห้ามประชากรออกนอกประเทศ จึงทำการท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ กลับมาเป็นที่นิยมทั่วทั้งโลกมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา (นัท สุมนเตมีย์, 2564)

ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์เป็นกระแสนิยมทั่วโลก เพราะผู้คนต้องการการพักผ่อนแบบใกล้ชิดธรรมชาติ และปัจจุบันในประเทศไทยมีธุรกิจลานกางเต็นท์เกิดใหม่ขึ้นมากมายในหลายจังหวัด แม้จะไม่ใช่จังหวัดที่เป็นพื้นที่สูง เช่น จังหวัดชลบุรี หรือแม้ในฤดูร้อนยังมีนักท่องเที่ยวออกมาท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ แต่ธุรกิจลานกางเต็นท์หลาย ๆ แห่ง ผู้ดูแลและพนักงานเป็นคนในท้องถิ่น ไม่ได้มีแบบแผนในการบริการที่เป็นมาตรฐาน ยังไม่สามารถให้บริการอย่างครบวงจร และยังไม่มีการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ จึงมีความจำเป็นในการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี เพื่อที่จะนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพการบริการ เป็นการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน
2. คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีจำนวน 200 คน การคำนวณขนาดและกลุ่มตัวอย่าง กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power 3.1 ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการคำนวณขนาดตัวอย่างในงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยจะกำหนดการตั้งค่า ในโปรแกรมด้วยสถิติค่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis, MRA) เนื่องจากเป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลระหว่างตัวแปรต้นตัวแปรตามผลลัพธ์จากโปรแกรมโดยกำหนด

ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ได้ค่ากลุ่มตัวอย่าง (Total sample size) 166 คน และเพื่อเป็นการป้องกันความไม่สมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลมารวมทั้งสิ้นจากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งปรากฏว่าสามารถใช้วิเคราะห์สถิติได้ทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีหลักการ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบข่ายเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจของบริการที่มีอยู่ สภาพแวดล้อมของลานกางเต็นท์ และบริเวณรอบ ๆ ลานกางเต็นท์ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการของพนักงาน ความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์ ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น สำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.988

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประสานความร่วมมือผ่านธุรกิจลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์กับผู้รับบริการลานกางเต็นท์ในจังหวัด ได้แก่ บ้านแม่หญิงสุภากาญจน์ นนลนีย์แค้มป์ บายอนท่าไทร ย่าเต๋งโฮมสเตย์ และ We Camping ทางกลุ่มเฟสบุ้ค ได้แก่ จุดกางเต็นท์ชลบุรี จุดกางเต็นท์ และเที่ยวกางเต็นท์ ไลน์กลุ่ม ได้แก่ กางเต็นท์ไหนบอกด้วย ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 200 คน แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติมาใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) และเพื่อวิเคราะห์การหาตัวแปรพยากรณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง 109 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 เพศชาย 53 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ไม่ระบุเพศ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 คน อยู่ในช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 72คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ช่วงอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ช่วงอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 สถานภาพแต่งงานแล้ว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 สถานภาพมีคู่แต่ยังไม่สมรส จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ไม่ระบุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 รับราชการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ รายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของนักท่องที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีกับคุณภาพการบริการของลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยคุณภาพการบริการของลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible)	4.03	0.68	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability)	4.23	0.62	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.08	0.66	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance)	4.17	0.67	มาก
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy)	4.18	0.67	มาก
รวม	**4.14**	**0.60**	**มาก**

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.23) มีความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X}$ = 4.18) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.17) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X}$ = 4.08) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X}$ = 4.03) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของนักท่องที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีกับความพึงพอใจในการให้บริการของลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ความพึงพอใจของบริการที่มีอยู่	4.09	0.66	มาก
สภาพแวดล้อมของลานกางเต็นท์ และบริเวณรอบ ๆ ลานกางเต็นท์	4.15	0.61	มาก
ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.04	0.69	มาก
การบริการของพนักงาน	4.16	0.68	มาก
ความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์	3.86	0.78	มาก
รวม	**4.06**	**0.61**	**มาก**

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริการของพนักงาน

($\bar{X}$ = 4.16) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมของลานกางเต็นท์ และบริเวณรอบ ๆ ลานกางเต็นท์ ($\bar{X}$ = 4.15) ความพึงพอใจของบริการที่มีอยู่ ($\bar{X}$ = 4.09) ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.04) และความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์ ($\bar{X}$ = 3.86) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีโดยรวมและรายด้านไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้านไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่ไม่ต่างกันมี 4 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจของบริการที่มีด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการของพนักงาน และด้านความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์ ส่วนด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 1 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมของลานกางเต็นท์ และบริเวณรอบ ๆ ลานกางเต็นท์

4.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้านไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมและรายด้านไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่ไม่ต่างกันมี 4 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจของบริการที่มี ด้านสภาพแวดล้อมของลานกางเต็นท์ และบริเวณรอบ ๆ ลานกางเต็นท์ ด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์ ส่วนด้านที่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 1 ด้าน คือ ด้านการบริการของพนักงาน

5. ผลของการสร้างสมการพยากรณ์คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี วิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

จากการทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple linear regression analysis) พบว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.2 และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression

Analysis) โดยวิธี Enter พบว่า มีตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจจึงต้องตัดตัวแปรที่ให้ผลดังกล่าวออกจนกว่าจะเหลือเฉพาะผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จะได้ว่าต้องตัดปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการออก และทำการทดสอบใหม่ โดยผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี เฉพาะตัวแปรเพื่อการพยากรณ์

คุณภาพการบริการ	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients		
	B	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.457	0.141		3.252	0.001*
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.113	0.049	0.126	2.312	0.022*
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.260	0.067	0.283	3.877	0.000*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.245	0.062	0.268	3.927	0.000*
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	0.245	0.060	0.281	4.229	0.000*
R=0.882, Adjust R^2=0.773, F=170.246					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่า (P-value) น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน (H_1) แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า (P-value) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.022 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่า (P-value) มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน (H_0) แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติระดับ 0.05

โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีได้ดีที่สุดคือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (β=0.270) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (β=0.270) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (β=0.268) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (β=0.122) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าขนาดความผันแปรของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Adjust R^2=0.773) พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 77.3

โดยสามารถเขียนเป็นสมการ (Model) ของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ในรูปแบบสมการคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$\hat{y}_T = b_0 + b_{1x1} + b_{3x3} + b_{4x4} + b_{5x5}$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{y}_T = 0.457 + 0.113_{x1} + 0.260_{x3} + 0.245_{x4} + 0.254_{x5}$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมุติฐานการศึกษาข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน พบว่า มีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสถานภาพ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มานักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านสถานภาพโดยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มานักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและแต่งงานแล้วมีความพึงพอใจมากที่สุดสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภิสรา ศรีอุทารวงศ์ (2565, น. 207) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรสพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเพชรบุรีมากที่สุด

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน จากผลการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรีชญา รัตนนันทนาถ (2562, น. 78) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท และ สุภาณี ฉิมดี (2555, น. 53) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในวันธรรมดาและในวันหยุดส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-19,999 บาท และยังสอดคล้องกับปัจจัยด้านการตลาดของ สุรางคนา ศรีสุทธิ (2563, น. 11) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ Home Camping มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย 12,000 บาทขึ้นไป

เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนโดยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มานักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกูล (2557, น. 72) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมุติฐานการศึกษาข้อที่ 2 คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี พบว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 77.3 ในขณะที่ปัจจัยด้านด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในเรื่องลานกางเต็นท์มีพื้นที่กว้างขวาง มีต้นไม้ร่มรื่นให้ร่มเงา สิ่งอำนวยความสะดวกในลานกางเต็นท์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ลานกางเต็นท์มีจุดเสียบปลั๊กไฟให้บริการอย่างทั่วถึงใกล้เคียง ลานกางเต็นท์มีจุดล้างภาชนะเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก และลานกางเต็นท์มีสัญญาณอินเตอร์เน็ตไร้สายให้บริการสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณณิกา ผลเจริญ (2563, น. 48-49) ที่พบว่า โรงแรมตกแต่งอาคารทั้งภายใน ภายนอกที่สวยงาม บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายอุปกรณ์ภายในห้องน้ำมีอุปกรณ์ครบครัน และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น มีบริการอินเตอร์อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีค่า (P-value) น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน (H_1) แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรีซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในเรื่อง ขั้นตอนการเช็คอิน-เช็คเอาท์มีความรวดเร็ว เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้า พนักงานจะติดต่อตอบกลับอย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อลูกค้าทักมาสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมทางเพจเฟสบุ๊ค และเมื่อลูกค้าต้องการอุปกรณ์เพื่อเติมมีการนำมาให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การเช่าเตาแก๊สประกอบอาหาร, การเช่าทาร์ป พนักงานของลานกางเต็นท์มีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว และจำนวนพนักงานมีเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณณิกา ผลเจริญ (2563, น. 43-44) ที่พบว่า มีความเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็ว เมื่อได้รับการติดต่อจากท่าน พนักงานจะติดต่อกลับอย่างรวดเร็ว พนักงานมีจำนวนพอเพียง สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและทันตามเวลาที่ต้องการ และพนักงานมีความเอาใจใส่ต่อปัญหาและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนครกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่าด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ในเรื่อง สถานที่ลานกางเต็นท์ และบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ลานกางเต็นท์มีวิธีการบริหารจัดการกับผู้เข้าพักที่ไม่ปฏิบัติตามกฎ และรบกวนผู้รับบริการท่านอื่น ๆ ลานกางเต็นท์มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และทันสมัย และลานกางเต็นท์ให้ความสำคัญกับทุก ๆ ความคิดเห็นของลูกค้าโดยนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาการบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรรณณิกา ผลเจริญ (2563, น. 46-47) ที่พบว่า ห้องพักมีความสะอาดเรียบร้อย ห้องพักมีความเงียบ สงบ ไม่มีเสียงดัง และที่พักมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนครกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าด้านการการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ในเรื่อง ลานกางเต็นท์ให้เวลาการทำกิจกรรมอย่างเหมาะสม เช่น การกำหนดเวลาห้ามส่งเสียงดังหลังจาก 22.00 พนักงานเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการการเข้าพักลานกางเต็นท์ของลูกค้า และพนักงานใส่ใจรายละเอียดในการต้อนรับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี

ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรประภา ไชยอนุกูล (2557, น. 79) ที่พบว่าท่านได้รับการดูแล และเอาใจใส่จากพนักงานเป็นอย่างดี และพนักงานมีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของท่าน และพนักงานสามารถตอบคำถามที่ท่านต้องการทราบได้เป็นอย่างดี ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจลานกางเต็นท์ เพื่อเพิ่มช่องทางเข้าถึงและขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2. ศึกษาเพิ่มเติมในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อยืนยันผลการวิจัย ว่าผลที่ออกมาแต่ละภูมิภาคมีระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการ ระดับความสำคัญของความพึงพอใจ และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เท่ากันหรือไม่

3. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการลานกางเต็นท์

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565.** ค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2566, จาก https://www.mots.go.th/news/category/657.

กรรณณิกา ผลเจริญ. (2563). **ปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักราคาประหยัดในพื้นที่เขตพระนครกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียกับชาวยุโรป.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เที่ยวแคมป์ปิ้ง. (2564). **รวม 15 จุดกางเต็นท์สวย ๆ ในจังหวัดชลบุรี.** ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2566, จาก https://tiewcamping.com/chonburi-camp/.

นัท สุมนเตมีย์. (2564). **วัฒนธรรมกลางแจ้ง.** ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2566, จากhttps://readthecloud.co/camping-history-in-thailand/.

ปรีชญา รัตนนันทนาถ. (2562). **ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่า ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** การค้นคว้าอิสะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบริการ คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี.

พรประภา ไชยอนุกูล. (2557). **คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. **วารสารเกษมบัณฑิต.** 8 (1), น. 219-232.

ศุภิสรา ศรีอุทารวงศ์. (2565). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดเพชรบุรี.** สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุภาณี ฉิมดี. (2555). **แนวทางการจัดการพื้นที่ลานกางเต็นท์และการให้บริการนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรและสหกรณ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

สุรางคนา ศรีสุทธิ. (2563). **แผนธุรกิจ Home Camping (ธุรกิจแกลมปิ้งและแคมป์ปิ้ง).** การค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

The Business Research Company. (2022). **มูลค่าตลาดแคมป์ปิ้งทั่วโลกพุ่ง 11.2% อยากจับธุรกิจนี้ต้องเริ่มอย่างไร.** ค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2566, จากhttps://www.bangkokbiznews.com/business/986538.