Received: *19 มิถุนายน 2563*
Revised: *1 พฤศจิกายน 2563*
Accepted: *19 ธันวาคม 2563*

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์
The Satisfaction of Dream World Theme Park Users

อิศรา ศิรมณีรัตน์[1] พรนภา ธนโพธิวิรัตน์[2] ทิพย์วดี ศรีสมทรัพย์[3]

บทคัดย่อ

การค้นคว้าวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนแบบมาตรฐาน และ t-test, f-test (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ พอใจการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน และปานกลาง 1 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยด้านสถานที่ผู้ใช้บริการสวนสนุก ดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจในเรื่อง สถานที่เข้าถึงได้ง่าย สถานที่มีความสะดวกสบาย สถานที่มีความสวยงาม ป้ายบอกทางไปยังเครื่องเล่นภายในสวนสนุกเข้าใจได้ง่าย จากสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บริการ, สวนสนุก

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the satisfaction of Dream World theme park users, 2) to study the personal factors that affect the satisfaction of Dream World theme park users and 3) to set guidelines for the development of Dream World

[1] (อาจารย์) ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี E-Mail: issara_s@rmutt.ac.th

[2] (อาจารย์) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
E-Mail: pornnapa_t@rmutt.ac.th

[3] (นักศึกษาระดับปริญญาตรี) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

theme park service. The samples used in this research were the people who come to use the Dream World theme park. A questionnaire was used as a research instrument in 100 sets for applying to analyze the frequency, percentage, standard deviation (S.D.) and hypotheses testing used t-test and f-test, one-way ANOVA analysis.

The results were the satisfaction of Dream World theme park users overall was at a high level; satisfied with the service. When considering each aspect found that there were 5 sides at a high level and 1 side at a moderate level. Which can be arranged in descending orders as follows: location, service process, personnel, product, price, and marketing promotion. In terms of location found that Dream World theme park users were satisfied with easy to reach places, convenient, beautiful places and signs of rides in the theme park are easy to understand. From the hypothesis found that gender, age, education background, occupation, status, monthly income affected the satisfaction of Dream World theme park users.

Keywords: Satisfaction, Service users, Theme park

บทนำ

ธุรกิจสวนสนุกในแต่ละปีมูลค่าเม็ดเงินประมาณกว่า 1 หมื่นล้านบาทที่ไหลเวียนเข้าสู่ธุรกิจสวนสนุกของเมืองไทยผสมกับยอดตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ในทุกๆ ปี เชื่อได้ว่าการมียอดรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสวนสนุกในเมืองไทยต้องปรับกระบวนยุทธ์เข้าฟาดฟันกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะจุดขายใหม่ประเภทเครื่องเล่นที่เริ่มเห็นภาพการแข่งขันที่ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดของสวนสนุกซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนในเมืองไทยยังถือว่ามีแนวโน้มเติบโตได้อีก เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรของไทยกับจำนวนสวนสนุกขนาดใหญ่ที่มีอยู่และขนาดพื้นที่ถือว่ายังน้อยมาก ซึ่งเป้าหมายหลักของตลาดสวนสนุกคือนักท่องเที่ยวประเภทครอบครัว รองลงมาคือกลุ่มวัยรุ่น วัยเริ่มต้นทำงาน ไม่ได้ลดน้อยลงไปตามสภาพเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันการมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทให้ความบันเทิงกลับมีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้คู่แข่งขันแต่ละค่ายที่เปิดให้บริการต่างต้องเตรียมความพร้อมเพื่อแชร์ส่วนแบ่งทางการตลาดนี้เอาไว้ในมือให้ได้นานที่สุด

การพัฒนาและปรับปรุงองค์กรเริ่มมีให้เห็นกันอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจสวนสนุกที่ดูจะมีการแข่งขันกันมากขึ้นเป็นพิเศษ เพราะมีช่วงโอกาสที่จะสามารถเม็ดเงินได้ตลอดทั้งปี จึงไม่แปรกที่ในช่วง 1 ปีที่แล้ว มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของสวนสนุก ดรีมเวิลด์ ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆเข้ามาใช้ในการ

บริหารงานเพื่อตอบสนองให้ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้างความพึงพอใจสูงสุด ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเป็นหลักและจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ชอบความท้าทาย ความสนุกตื่นเต้น รวมทั้งความปลอดภัยที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา, 2547)

สวนสนุก ดรีมเวิลด์ เป็นธุรกิจหนึ่งที่เปิดให้บริการด้านความบันเทิง เช่นเดียวกับธุรกิจสวนสนุกทั่วไป โดยมีบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำทำหน้าที่ปฏิบัติงานต่างๆภายในสวนสนุก ซึ่งบุคลากรทั้งหลายเหล่านี้จะต้องได้รับการฝึกอบรมพัฒนาฝึกฝนตนเองในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความปลอดภัย ความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการอีก การพัฒนาธุรกิจสวนสนุกที่ดำเนินกิจกรรมประเภทการให้บริการด้านความบันเทิงที่มีประสิทธิ ภาพได้มาตรฐานตลอดจนสามารถควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตามที่วางไว้ องค์กรจะประสบความสำเร็จได้มิใช่ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถและความชำนาญ ของบุคคลเพียงอย่างเดียว สถานบริการด้านความบันเทิงจะต้องมีองค์ประกอบในหลายๆ ฉะนั้น เป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจสวนสนุกให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการได้นั้น

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์และเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเชิงนโยบายกับผู้บริหารสวนสนุกดรีมเวิลด์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและนำไปเป็นข้อมูลปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งย่อมส่งผลดีต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการทั้งสองฝ่าย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

ขอบเขตปัญหาการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านบุคลากร (person) ด้านกระบวนการให้บริการ (process)

สมมติฐานการวิจัย

เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ธมกร ดุลยปกรณ์ชัย (2556) กล่าวว่า ความพึงพอใจความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงความรู้สึกที่เป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นได้เน้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

วนิชา ศรีตะปัญญะ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ ที่แต่ละบุคคลได้รับและจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวว่า ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับการปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวังจากแนวคิด

ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่า เป็นอย่างไรก็ตามความรู้สึกที่ดีและมีความสุขที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ลูกค้าได้รับ และการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง หากบริการที่ลูกค้าได้รับสูงกว่ามากกว่าความคาดหวังมากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจมากลูกค้าจะแสดงออกด้วยการใช้บริการซ้ำ จนถึงการบอกปากต่อปากในด้านดีในทางตรงกันข้ามหากบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่ากว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าจะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ลูกค้าจะแสวงหาผู้ให้บริการรายใหม่ที่สามารถตอบสนองการบริการที่ตนคาดหวังและทำการบอกต่อไปยังกลุ่มคนรอบๆ อีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2549) กล่าวว่า เครื่องมือของการตลาดที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทางการตลาดมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้าพึงพอใจ
2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการรวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง บทบาทหน้าที่ด้านการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคขึ้นอยู่กับลักษณะของการบริการความจำเป็น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการสื่อสารทางการตลาดส าหรับสินค้าและบริการ

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลทุกๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการซึ่งรวมถึงพนักงาน

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กันและองค์ประกอบที่จับต้อง

อย่างไรก็ตามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นความรู้สึกที่ดีและมีความสุขของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อราคา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบุคลากรหรือพนักงาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิล์ด ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมดเป็นขนาดใหญ่มากและไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ซึ่งผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในอุปกรณ์เครื่องเล่น โดยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด กำหนดลำดับ 1-5 จำนวน 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำตอบโดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-End Questionnaire) มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามวัดความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ลักษณะเป็นแบบสอบถามตามกระบวนการสร้าง Rating Scale

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความปลอดภัยของอุปกรณ์เครื่องเล่น

3. การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

3.1 การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการตรวจสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นว่าสอดคล้องกับสมมติฐานหรือไม่ซึ่งเป็นการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาและภาษาจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องยิ่งขึ้นโดยพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยหรือดัชนีความเหมาะสม (IOC: Index of Item Objective Congruence)

3.2 ความทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อให้เครื่องมือมีประสิทธิภาพที่ดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสามารถนำข้อมูลต่างๆที่ได้ไปใช้ประโยชน์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัมภาษณ์ในสถานที่ที่เลือกทำการวิจัยจนครบจำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด ที่สวนสนุกดรีมเวิลด์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ โดยกำหนดสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ t-test f-test Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-39 ปี รองลงมามีอายุต่ำกว่า 20ปี และอายุ 40-59 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา รองลงมามีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาสถานภาพสมรส สถานภาพหย่าร้าง หม้าย และแยกกันอยู่ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อวันเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท รองลงมาเป็น 15,001- 30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001 -60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในอุปกรณ์เครื่องเล่นของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ด้านผลิตภัณฑ์มีภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$ =3.78, S.D. = 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความปลอดภัยของเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =4.01) ความหลากหลายของเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =3.98) ความสวยงามของเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =3.94) ความทันสมัยของเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =3.53) ความสะอาดของเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =3.43)

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านราคา มีภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =3.62, S.D.= 0.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ส่วนลดพิเศษเมื่อมาใช้บริการแบบหมู่คณะ ($\bar{X}$ =3.75, S.D.= 0.85) ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ($\bar{X}$ =3.60, S.D.= 0.82) ราคาบัตรมีความคุ้มค่า ($\bar{X}$ =3.56, S.D.= 0.71) และราคาบัตรมีความเหมาะสมต่อการใช้บริการ ($\bar{X}$ =3.56, S.D.= 0.71)

ด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านสถานที่ ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =4.16, S.D.= 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X}$ =4.43, S.D.= 0.70) สถานที่มีความสวยงาม ($\bar{X}$ =4.23, S.D.= 0.83) สถานที่มีความสะดวกสบาย ($\bar{X}$ =4.07, S.D.= 0.71) และป้ายบอกทางไปยังเครื่องเล่นภายในสวนสนุกเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X}$ =3.91, S.D.= 0.76)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =3.53, S.D.= 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาบัตรช่วงวันหยุดเป็นพิเศษ ($\bar{X}$ =4.03, S.D.= 0.83) รองลงมาการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ($\bar{X}$ =3.32, S.D.= 1.04) และการแจกใบปลิวตามห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}$ =2.85, S.D.= 0.97)

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =3.98, S.D.= 0.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X}$ =4.07, S.D.= 0.72) พนักงานให้บริการด้วยความเชี่ยวชาญ ($\bar{X}$ =4.02, S.D.= 0.72) และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ($\bar{X}$ =3.93, S.D.= 0.76)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ =4.09, S.D.= 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานมีกระบวนการตรวจเช็คอุปกรณ์ก่อนการให้บริการ ($\bar{X}$ =4.20, S.D.= 0.71) พนักงานมีกระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยให้ลูกค้า ($\bar{X}$ =4.06, S.D.= 0.76) พนักงานมีกระบวนการให้คำแนะนำก่อนใช้บริการเครื่องเล่น ($\bar{X}$ =4.02, S.D.= 0.87)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ที่แตกต่างกัน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ได้รับความสุขและได้รบความรู้สึกด้านบวกมากกว่าความรู้สึกด้านลบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Shelley, Maynard W. (1975) ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกซับซ้อนและความสุขจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่าความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสาม เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง และจะลดลงเมื่อจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง เมื่อจำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ได้รับความพึงพอใจตามความคาดหวังหรือได้รับความพึ่งพอใจเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Philip.(2003). ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพึงพอใจ จึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวังหากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พอใจ แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของผลิตภัณฑ์ว่าตรงกับความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการที่ทางสวนสนุกดรีมเวิลด์ ว่า

มีคุณค่าของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) ผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Produce ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าโดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ไม่ได้ต้องการความพึงพอใจจากการบริการเพียงแค่อย่างเดียว ซึ่งรวมไปถึงความสุขที่ได้รับจากสถานที่นั้นตามความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ (เครือวัลย์ ทัปนวัชร์, 2548)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มลูกค้าได้รับการปฏิสัมพันธ์จากทางพนักงานบริการ ทางสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการให้บริการว่า กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งนำเสนอเพื่อขายตรงหรือจัดขึ้นร่วมกับการนำเสนอและการขายสินค้า สอดคล้องของกับแนวคิดของ (Kotler, Philip, 2003) กล่าวไว้ว่า การให้บริการหมายถึงกิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ทั้งที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ (Gronroos, 1990) การให้บริการหมายถึงกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อยที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณี เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยชี้แนะและประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบหรือแก้ไขปัญหาของลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจจากการให้บริการอย่างเต็มที่ของบุคลากรและรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถของบุคลากร ลูกค้าจะรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ และสถานการณ์ต่างๆหรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงอาจทำให้เกิดความไม่พอใจ (เบญจมาศ ประยูรหงษ์, 2549)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการได้รับกระบวนการให้บริการจากบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีผลมากจากความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ผู้ที่มาใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจด้านสถานที่มีความเข้าถึงได้ง่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ทางสวนสนุกจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดสถานที่ การจัดวางผังของสวนสนุกให้มีการแจ้งรายละเอียดได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่มีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ควรมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจในการใช้บริการครั้งแรกของผู้ที่มาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการวิจัยในครั้งนี้ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมที่อาจจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านทัศนคติในการเที่ยวสวนสนุก เพื่อให้การวิจัยรูปแบบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

เครือวัลย์ ทัปนวัชร์. (2548). **ความพึงพอใจของผู้เข้าชมต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต , สาขาวิชาไทยคดีศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธมกร ดุลยปกรณ์ชัย. (2556). **ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสตรีชัยภูมิ 2 จังหวดชัยภูมิ**. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2547). **แนวคิดและกลยุทธ์**, สำนักพิมพ์ : กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เบญจมาศ ประยูรหงษ์. (2549). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วนิชา ศรีตะปัญญะ. (2551). **ความพึงพอใจของนักเรียนโรงเรียนกีฬาต่อพฤติกรรมการสอนของผู้ฝึกสอนกีฬา**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและกีฬา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Kotler, Philip. (2003). **Marketing Managemen**. 11th ed.Upper Saddle River,NJ: Prentice-Hall.

Gronroos, C. (1990). **Service Management and Marketing Managing the Moments of Truth in Service Competition**. Lexington Books, Lexington.

Shelley, Maynard W. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania : Dowden, Hutchison.