



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine จังหวัดภูเก็ต Customer Satisfaction with the Services of Charter Marine Phuket

ชาญณรงค์ ประทีป ณ ถลาง¹ และวีระ วีระโสภณ²

s64563828002@ssru.ac.th¹, weera.we@ssru.ac.th²

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 200 ชุด ได้ดังนี้ เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรี และพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท ค่อนข้างกับเงินที่จ่าย ได้รับประโยชน์สูงสุดจากแพ็คเกจ มากที่สุด ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวมีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันในระดับมาก ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา มากที่สุด มีความความเชื่อใจต่อบริษัทด้านความปลอดภัยในมาตรการ Covid-19 ให้บริการด้วยความซื่อตรง และจริงใจในระดับมาก โดยภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบริษัทในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามจะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามสถานะเศรษฐกิจ ในระดับมาก ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกครั้ง จะใช้บริการจากบริษัทต่อไปเรื่อย ๆ มากที่สุด แพ็คเกจทัวร์ของบริษัท พบว่า ส่วนใหญ่ตอบว่าชื่นชอบมากที่สุดอันดับแรก คือ เรือ สปีดโบ๊ท เกาะสมิแล้น

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวทางน้ำ; พฤติกรรมนักท่องเที่ยว; ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Abstract

This research is aimed to study tourist satisfaction and tourist behavior of marine tourism as Charter Marine company who researched the research on the study of customer satisfaction and behavior Charter Marine Tour Company, Phuket that using online questionnaires as a data collection tool with a chain sampling method as totally 200



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

correspondents which data can be collected as follows: Gender It was found that most of the respondents were female, aged 21- 30 years. Most had a bachelor's degree and found that most of them were employees of private companies Most of the monthly income is 10,001 - 20,000 baht per month. In term of the satisfaction analysis of charter marine tour operators, most respondents said that the cost of the company's travel packages was "incredible." good value for money Getting the most out of the package as much as possible the cost of a travel package is very reasonable for the current economic climate. Doing the right thing is as straightforward as possible. There is a high level of trust in security companies in Covid-19 measures, providing services with honesty and sincerity. Overall, the respondents were satisfied with the company at a high level. Respondents will continue to use the services at the company even if prices have risen due to economic conditions to a large extent if the opportunity permits. You will come back to use the service at the company again. Will continue to use the service from the company the most. The tour packages of the company found that most of them answered that the first favorite was the speedboat, Similan Island.

Keywords: Marine tourism; tourist behavior; tourist satisfaction

บทนำ

ภูเก็ต ได้รับฉายาว่า “ไข่มุกอันดามัน” เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังติดอันดับโลกของประเทศไทย ถือเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์รวมถึงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลาย มีหาดทรายชายทะเลอันสวยงาม สถาปัตยกรรม อาหารการกิน และที่พักน่าสนใจหลากหลาย ภูเก็ตยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการออกเสียงลงคะแนนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้น ๆ ทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติมาอย่างต่อเนื่อง ภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งแรกในประเทศไทยที่เปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติโดยไม่ต้องกักตัว ภายใต้โครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) (Thaiontours Team 2565) ภูเก็ตรับนักท่องเที่ยว Test & Go ทางน้ำกลุ่มแรก หลังรัฐผ่อนคลายมาตรการเมื่อ 1 มี.ค. เชื่อว่าสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้ สาเหตุเพราะนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสูง พร้อมเตรียมความพร้อมท่าจอดเรือที่หลากหลาย จังหวัดภูเก็ตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่เดินทางเข้าประเทศไทยในรูปแบบ Test & Go ทางน้ำ

จากการที่ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผ่อนคลายมาตรการการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวต่างชาติทางน้ำเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2565 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

เดินทางมาจากประเทศในแถบยุโรปและเมดิเตอร์เรเนียนเป็นหลัก อาจเดินทางมาทางเครื่องบิน แล้วเช่าเหมาเรือไปท่องเที่ยวในน่านน้ำภูเก็ตและใกล้เคียง แล้วกลับมาจังหวัดภูเก็ตเพื่อเดินทางกลับ สำหรับสถิติการเดินทางทางเรือ ในปี 2564 มีเรือยอชต์เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต จำนวน 91 ลำ ทั้งนี้ จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทางเรือยอชต์ ไม่ว่าจะเป็นท่าเรือที่สามารถรองรับเรือได้หลากหลายขนาด ช่อมเรือ บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี (ประชาชาติธุรกิจ2565)

บริษัทชาร์เตอร์มารีน จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2560 ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเลขที่ 34-02473 ประเภทการจดทะเบียน นำเที่ยวจากต่างประเทศ INBOUND บริษัทชาร์เตอร์มารีนได้ทำประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อความมั่นใจตลอดการเดินทาง บริษัทชาร์เตอร์มารีนมีเรือสปีดโบ๊ท เรือคาทามารัน และเรือยอร์ชให้เช่าแบบเหมาลำส่วนตัวและให้บริการแบบแพ็คเกจทัวร์เกาะพีพีและเกาะไข่และแพ็คเกจทัวร์อ่าวพังงา-เกาะเจมส์บอนด์ ด้วยเรือสปีดโบ๊ท เปิดให้บริการทุกวัน นอกจากนี้ยังมีบริการจองแพ็คเกจทัวร์ทริปท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วภูเก็ต-พังงาและจังหวัดใกล้เคียง (TransportoMeta ม.ป.ป.)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากบทความงานวิจัย ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น รวมถึงสถานประกอบการจำเป็นต้องมีมาตรฐานของการให้บริการในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการการเดินทาง อุปกรณ์ในการเดินทางและการท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรให้มีศักยภาพมากขึ้นต่อเนื่องในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ คือ การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine นี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบ สอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มาใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ประชากรของการศึกษานี้ คือ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine จังหวัดภูเก็ต ประเทศไทย ระหว่างพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine นี้ จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย แห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษาครั้งนี้ จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน (มาจากประชากรทั้งหมดที่เจ้าของบริษัททัวร์ คุณชาญณรงค์ ประทีป ณ ถลาง ใช้เครื่องตรวจนับและเช็ครายชื่อผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่อเดือน โดยประมาณ 200 คน ผู้วิจัยจึงใช้การส่งแบบสอบถามให้ประชากรทั้งหมดในแต่ละเดือนได้ตอบแบบสอบถาม) (อ้างอิง ชาญณรงค์ ประทีป ณ ถลาง MD บริษัททัวร์ Charter Marine)

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine เป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 48 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 49 ไม่ต้องการระบุคิดเป็นร้อยละ 3 อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 65 อายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 19 อายุมากกว่า 40 ปีคิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 16-20 ปีคิดเป็นร้อยละ 5 อายุต่ำกว่า 15 ปีคิดเป็นร้อยละ 1 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 66 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 20 ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 9 ปริญญาเอกคิดเป็นร้อยละ 5 อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 26 เจ้าของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 18 ประกอบอาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 16 รับราชการคิดเป็นร้อยละ 11 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35 รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 26 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 15 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 13



ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine

ความถี่ของการเข้าใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine มาแล้วกี่ครั้ง พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine ต่ำกว่า 2 ครั้งเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมาคือ จำนวน 3-4 ครั้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15 และน้อยที่สุดคือ เดินทางมาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเข้าใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine กับใคร สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine กับใคร มากที่สุดพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา คือ ครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 22 และน้อยที่สุดคือเดินทางกับ คนรัก/แฟน คิดเป็นร้อยละ 21 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคพฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยของเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามว่าราคาเหมาะสมคิดเป็นคำตอบที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา คือ บริษัทมีความน่าเชื่อถือคิดเป็นร้อยละ 26 ลำดับถัดไปคือบริษัทมีชื่อเสียงคิดเป็นร้อยละ 18 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ การบริการของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการรู้จักบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine มาจากที่ใด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ นักท่องเที่ยวรู้จักบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine จากที่ใด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่ารู้จักบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine จากเพจ Facebook เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ รู้จักจากเพื่อน ลำดับถัดไป คือ คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 29 ถัดไป คือ จากเว็บไซต์คิดเป็นร้อยละ 18 และที่น้อยที่สุด คือ เพราะอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงคิดเป็นร้อยละ 2

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine ในด้านการคุ้มค่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ รายการท่องเที่ยวที่ได้รับบริการจากแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท มีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.35$) ได้รับประโยชน์สูงสุดจากแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท ($\bar{x} = 4.34$) ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ($\bar{x} = 4.28$) ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัทมีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ($\bar{x} = 4.10$) ตามลำดับ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวรทางน้ำ Charter Marine ในด้านภาพลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัท มีชื่อเสียงในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ($\bar{x} = 4.49$) รองลงมา คือ บริษัท มีชื่อเสียงด้านบริษัททัวรที่ประสบความสำเร็จ ($\bar{x} = 4.27$) บริษัทเป็นที่รู้จักดี



และมีชื่อเสียง ($\bar{x} = 4.27$) บริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{x} = 4.25$) บริษัทเป็นบริษัทที่มีความทันสมัยและอินเทอร์เนต ($\bar{x} = 4.18$) ตามลำดับข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ในด้านความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ให้ความไว้วางใจต่อบริษัท ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ บริษัท ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ($\bar{x} = 4.33$) ให้ความไว้วางใจต่อบริษัท มีความมั่นใจต่อความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและมีความเชื่อใจต่อบริษัทด้านความปลอดภัยในมาตรการ Covid-19 ($\bar{x} = 4.30$) บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ($\bar{x} = 4.29$) บริษัท ให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจ ($\bar{x} = 4.28$) ตามลำดับ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ในด้านแพ็คเกจทัวร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พึงพอใจต่อความหลากหลายของแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท ($\bar{x} = 4.44$) รองลงมา คือ พึงพอใจต่อความคุ้มค่าแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท ($\bar{x} = 4.33$) พึงพอใจต่อราคาแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท ($\bar{x} = 4.29$) โดยภาพรวมแล้วท่านพึงพอใจต่อบริษัท ($\bar{x} = 4.26$) พึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานบริษัท ($\bar{x} = 4.25$) ตามลำดับ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ในด้านการสื่อสารการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ พูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจากบริษัทให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ฟัง ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ จะแนะนำครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการจากบริษัท ($\bar{x} = 4.35$) บอกต่อให้ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการของบริษัท ($\bar{x} = 4.33$) หากได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริษัท ในแง่ลบ ยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ ($\bar{x} = 4.20$) ตามลำดับ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ในด้านการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ประทับใจแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ($\bar{x} = 4.46$) รองลงมา คือ ถ้ามีโอกาสในช่วงวันหยุดท่านจะพาครอบครัวกลับมาใช้บริการที่บริษัท ($\bar{x} = 4.44$) จะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามสภาวะเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 4.31$) ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัท อีกครั้ง ($\bar{x} = 4.26$) และจะใช้บริการจาก บริษัท ต่อไปเรื่อย ๆ ($\bar{x} = 4.25$) ตามลำดับ

ในส่วนสุดท้ายผู้วิจัยได้สอบถามถึงความชื่นชอบในรายการทัวร์ใดมากที่สุด พบว่า แพ็คเกจทัวร์ไหนของบริษัทที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทที่ชื่นชอบมากที่สุดอันดับแรก คือ เรือ สปีดโบ๊ท เกาะสมิแลน คิดเป็นร้อยละ 22 อันดับที่สอง คือ เรือใบคาตามารัน ล่องเรือยอร์ช เกาะเฮ เกาะราชาใหญ่ SUNSET คิดเป็นร้อยละ 18 อันดับที่สาม คือ เรือ สปีดโบ๊ท เกาะสุรินทร์ คิดเป็นร้อยละ 13 และน้อยที่สุด คือ เรือ สปีดโบ๊ท เกาะรอก – เกาะห้า



อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการ บริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine” ได้ดังนี้ เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง อายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ เจ้าของธุรกิจ รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการท่องเที่ยวในรูปแบบการกีฬานันทนาการในอำเภอหัวหิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 34-44ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน กล่าวคือ เมื่อนำข้อมูลประชากรมาเปรียบเทียบกันในการสำรวจความพึงพอใจสามารถเห็นถึงความแตกต่างของข้อมูลประชากรได้อย่างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่าง นอกจากนี้ ส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine มาแล้วต่ำกว่า 2 ครั้งและมักจะใช้บริการกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการ คือ ราคาเหมาะสมและ บริษัทมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับบริษัททัวร์ Charter Marine จากเพจ Facebook มากที่สุด สอดคล้องกับ พิม ศิริสวัสดิ์ และ สราวุธ อนันตชาติ (2564) วิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดด้านการท่องเที่ยวบนเฟซบุ๊กกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตาม กล่าวว่า ในส่วนของพฤติกรรมของผู้ติดตามนักการตลาดควรสร้างหรือเลือกใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีคุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก คุณลักษณะด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเป็นลำดับถัดมา และคุณลักษณะด้านความดึงดูดใจเป็นลำดับสุดท้าย ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัททัวร์ทางน้ำ Charter Marine ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัทมีราคาที่เหมาะสม รายการท่องเที่ยวที่ได้รับบริการจากแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท ค่อนข้างคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย มากที่สุด ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัท มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปและค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัทมีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ในระดับมาก และได้รับประโยชน์สูงสุดจากแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัทมากที่สุด สอดคล้องกับ เจษฎา ไหลภาภรณ์ และ ชากร ประพรหม (2563) กล่าวว่า ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะจ่ายเพื่อบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีมูลค่าที่แตกต่างกันไปตามสัญชาติ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ช่องทางการรับข้อมูล ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่พักรวม มูลค่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรวม ซึ่งบริษัทเป็นบริษัทที่มีความทันสมัยและอินเตอร์เนตระดับมาก บริษัทมีชื่อเสียงในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ให้ความไว้วางใจต่อบริษัท ระดับมากที่สุด บริษัทเป็นที่รู้จักดีและมีชื่อเสียงและด้านการเอาใจใส่ลูกค้า บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีชื่อเสียงด้านบริษัททัวร์ที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ดังเช่น อนุชิตา ชินศิริประภา (2564) กล่าวว่า แนวโน้มภาคการท่องเที่ยวในอนาคตจะเป็นการเน้นการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัส



ชีวิตคนท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเพราะความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ที่ทุกคนสามารถทำงานได้ทุกที่พฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้คนอาจเปลี่ยนไป ทำให้เวลาเดินทางเที่ยวนักท่องเที่ยวมากขึ้น คำนึงถึงความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก บริษัทดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมามากที่สุด ให้ความไว้วางใจ เชื่อใจต่อบริษัท ให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจมากจึงมีความมั่นใจต่อความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทและมีความไว้วางใจต่อบริษัทด้านความปลอดภัยในมาตรการ Covid-19 ในระดับมาก ทำให้พึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานบริษัท ความคุ้มค่าแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทมากและพึงพอใจต่อความหลากหลายของแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท ราคาแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท มากที่สุด พึงพอใจต่อราคาแพ็คเกจทัวร์ ของบริษัทมากที่สุด โดยภาพรวมแล้วพึงพอใจต่อบริษัทในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่น ๆ ให้ใช้บริการจากบริษัทและพูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจาก บริษัทให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ พึง บอกต่อให้เลือกใช้บริการของบริษัทมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพร ธรรมชาติ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2563) ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล พบว่า การสื่อสารแบบบอกต่อผ่านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลทางตรงต่อ แรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวปัจจุบันจ่ายเท่ากับ 0.471 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ การสื่อสารแบบบอกต่อผ่านอินเทอร์เน็ตยังมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติการเดินทางและมีอิทธิพลทางอ้อมโดย ผ่านแรงจูงใจในการเดินทาง นอกจากนี้ หากผู้ตอบแบบสอบถามได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริษัท ในแง่ลบท่าน ยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ และจะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ในระดับมาก ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัท อีกครั้ง จะใช้บริการจากบริษัทต่อไปเรื่อย ๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39 ท่านจะใช้บริการจากบริษัทต่อไปเรื่อย ๆ ในระดับมาก ท่านประทับใจแพ็คเกจ ทัวร์ของบริษัทและต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำและถ้ามีโอกาสในช่วงวันหยุดท่านจะพาครอบครัวกลับมาใช้ บริการที่บริษัทมากที่สุด ซึ่งแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทที่ชื่นชอบมากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่าแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทที่ชื่นชอบมากที่สุดอันดับแรก คือ เรือ สปีดโบ๊ท เกาะลันตา

เอกสารอ้างอิง

- ประชาชาติธุรกิจ, (2565). ภูเก็ตรับนักท่องเที่ยว TEST & GO ทางน้ำกลุ่มแรก หลังรัฐผ่อนคลายมาตรการ, สืบค้นเมื่อ 9/05/65 จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-882924>
- ปิยะพร ธรรมชาติ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์, (2563), อิทธิพลของการบอกต่อผ่านอินเทอร์เน็ต (eWOM) และ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อทัศนคติการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุไทย Influence of electronic word of mouth and travel motivations on attitude towards traveling of Thai elderly tourists, วารสาร สมาคมนักวิจัย, 25 (1)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

พิม ศิริสวัสดิ์ และ สราวุธ อนันตชาติ, (2564), **คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดด้านการท่องเที่ยวบนเฟซบุ๊กกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตาม**, วารสารนิเทศศาสตร์, 40

เจษฎา ไหลภาภรณ์ และชาคร ประพรหม, (2563), **การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา** The Expenditure on Wellness Tourism of Tourists Travelling in Betong District, Yala Province, วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 16 (2)

อนุชิตา ชินศิริประภา, (2564), **ผลกระทบโควิด 19 กับเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภาคตะวันออก**, วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, 3 (2)

Panruthai Hengpoom and Weera Weerasophon, (2019), **Sport Tourist Spending Behavior In Thailand**, INTERNATIONAL ACADEMIC MULTIDISCIPLINARY RESEARCH CONFERENCE IN AMSTERDAM 2019, 8 – 10 May, 2019, 194-198

Thaiontours Team, (2565). **แพ็คเกจ Test & Go ในภูเก็ต: จองโรงแรม, ตรวจโควิด-19, รถรับจากสนามบินด้วยตัวเอง**. สืบค้นเมื่อ 9/05/65 จาก <https://thaiontours.com/thailand/phuket-test-and-go-hotels-package>

TransportoMeta, (ม.ป.ป.). **Charter Marine**. สืบค้นเมื่อ 9/05/65 จาก <https://www.transportometa.com/TH/Phuket/107507064183216/Charter-Marine>

MGR Online. (2564). **“ภูเก็ต” ติดท็อป 10 สถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก**. สืบค้นเมื่อ 9/05/65 จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9640000053651>