



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์  
ของ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด  
Customer Satisfaction with the Services of Planet Camp Co., Ltd.

ปวีณ สุขอิม<sup>1</sup> และวีระ วีระโสภณ<sup>2</sup>

S64563828001@ssru.ac.th<sup>1</sup>, weera.we@ssru.ac.th<sup>2</sup>

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ  
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ผู้วิจัยผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด” โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 170 ชุด ได้ดังนี้เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง มีอายุ 16-20 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่ศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน และ นักศึกษา ซึ่งรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ใน ส่วนของผลการวิเคราะห์ความพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าความคุ้มค่าค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวของบริษัทมี ราคาเหมาะสม มากที่สุด ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจท่องเที่ยวมีความเหมาะสมต่อสถานะ เศรษฐกิจในปัจจุบันใน ระดับมาก ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมามากที่สุด มีความความเชื่อใจต่อบริษัท ด้านความปลอดภัยใน มาตรการ Covid-19 ให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจในระดับมาก โดยภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถาม พึงพอใจต่อบริษัทในระดับมาก ความพึงพอใจต่อการให้บริการของวิทยากร มัคคุเทศก์ และพนักงานบริษัทฯ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามจะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่า ราคา จะสูงขึ้นตามสถานะเศรษฐกิจ ในระดับมาก ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกครั้ง จะ ใช้บริการจากบริษัทต่อไปเรื่อย ๆ มากที่สุด แพ็คเกจการบริการของบริษัท พบว่า ส่วนใหญ่ตอบว่าชื่นชอบมากที่สุดอันดับ แรก คือ กิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และทัศนศึกษา

คำสำคัญ: อบรมสัมมนา, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### Abstract

This research is aimed to study tourist satisfaction and tourist behavior of tourism & Mice as Planet Camp company who researched the research on the study of customer satisfaction and behavior Planet Camp Company, that using online questionnaires as a data collection tool with a chain sampling method as totally 170 correspondents which data can be collected as follows: Gender It was found that most of the respondents were female,



aged 16-20 years. Most had a below a bachelor's degree and found that most of them were employees of private companies Most of the monthly income is below 10,000 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, Science Mathematic Camp & Sightseeing one day trip.

Keywords: Training Seminar, tourist behavior, tourist satisfaction

## บทนำ

ธุรกิจการท่องเที่ยว และการจัดอบรมสัมมนาเพื่อการศึกษา เป็นการท่องเที่ยวบูรณาการแบบใหม่ที่เน้นไปศึกษาความรู้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และยังมีการอบรมความรู้นอกสถานที่โดยใช้สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ที่กระจายสู่ผู้ประกอบการหลายภาคส่วนเช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนั้นๆ ทำให้เกิดรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัด

เนื่องจากการท่องเที่ยวและการอบรมสัมมนาการจัดบริการค่าย แบบเบ็ดเสร็จสำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่อง ให้กับหน่วยงานสถาบันทางการศึกษา และองค์กรเอกชน ที่มีความสนใจ เป็นการจําหน่ายเที่ยวและสัมมนาแบบบูรณาการการศึกษา ในประเทศและระหว่างประเทศ ตามนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนการเรียนรู้การสอนนอกห้องเรียน ดังนั้น โรงเรียนมัธยมศึกษาหรือสถานศึกษาต่างๆ จึงให้มีการจัดการนำเที่ยวเพื่อไปศึกษาดูงานหรืออบรมวิชาการนอกสถานที่ เน้นทางด้านวิทยาศาสตร์คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยีตาม ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกศตวรรษที่ ๒๑ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน (แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๗๕)

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของบริษัท แพลนเน็ต แคมป์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของบริษัท แพลนเน็ต แคมป์



## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ คือ การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด นี้จะใช้ด้วย แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบสอบถามถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มาใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ประชากรของการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ประเทศไทย ระหว่าง มกราคม พ.ศ. 2565 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2565

2. การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ บริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด นี้จะประเมินขนาด ของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย แห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดย การศึกษานี้จึงใช้กลุ่ม ตัวอย่างเท่ากับ 170 คน

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัทบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด เป็นมาตรวัดความเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 170 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดค่ายและทัวร์ ของบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 51 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 49 อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 16 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 อายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 อายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16 ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 3 อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 25 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 8 ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และอื่น คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19 รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9 รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความถี่ของการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
ความถี่ของการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ มาแล้วกี่ครั้ง	
ต่ำกว่า 2 ครั้ง	52
3 – 4 ครั้ง	22
มากกว่า 4 ครั้ง	26
<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความถี่ของการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ สามารถอธิบาย ได้ดังนี้

ความถี่ของการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ มาแล้วกี่ครั้ง พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ต่ำกว่า 2 ครั้ง เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ จำนวน มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ ใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับการเข้าใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ กับใคร

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ กับใคร	
นักเรียน/นักศึกษา	79
คนรัก/แฟน	4
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	13
ครอบครัว	4
อื่น ๆ	1
<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเข้าใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ กับใคร สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมักจะใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ กับใคร มากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ กับนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79 รองลงมา คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 13 ลำดับถัดไป คือ คนรัก/แฟน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์	
บริษัทมีความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียง	38
การทำงาน	15
ราคาเหมาะสม	20
ความหลากหลายของโปรแกรมและกิจกรรม	21
การบริการของพนักงาน	6
รวม	100

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากการวิจัยของเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามว่าบริษัทมีความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียงเป็นคำตอบที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมา คือ ความหลากหลายของโปรแกรมและกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 21 ลำดับถัดไป คือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20 การทำงาน คิดเป็นร้อยละ 15 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ การบริการของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับการรู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จากที่ใด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
การรู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จากที่ใด	
เว็บไซต์	9
เพจ Facebook	12
เพื่อน คนรู้จัก	76
แผ่นพับ	2
รวม	100

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการรู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จากที่ใด สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ผู้บริโภครู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จากที่ใด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่ารู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จากเพื่อน คนรู้จัก เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมา คือ รู้จักจาก เพจ Facebook คิดเป็นร้อยละ 12 ลำดับถัดไป คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 9 และที่น้อยที่สุด คือ แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid -19 ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการใช้บริการของท่านหรือไม่

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
จากการเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid -19 ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการใช้บริการของท่านหรือไม่	
มีผล	69
ไม่มีผล	31
<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid -19 ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการใช้บริการของท่านหรือไม่ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากการเกิดสถานการณ์โรคระบาด Covid -19 ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบต่อการใช้บริการของท่านหรือไม่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 69 และ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 31

ตารางที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศท่านอยากเดินทางไปภาคใด มากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศท่านอยากเดินทางไปภาคใด มากที่สุด	
ภาคเหนือ	44
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5
ภาคตะวันตก	4
ภาคกลาง	8
ภาคตะวันออก	8
ภาคใต้	24
กรุงเทพมหานคร	6
<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศท่านอยากเดินทางไปภาคใด มากที่สุด สามารถอธิบายได้ ดังนี้



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศท่านอยากเดินทางไปภาคใด มากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่า อยากเดินทางไปภาคเหนือ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 24 ลำดับถัดไป คือ ภาคกลางและภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 8 กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 5 และน้อยที่สุด คือ ภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น หากมีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ท่านอยากเดินทางไปประเทศใด มากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	ร้อยละ
ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น หากมีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ท่านอยากเดินทางไปประเทศใด มากที่สุด	
ประเทศญี่ปุ่น	46
ประเทศสิงคโปร์	5
ประเทศเกาหลี	17
ประเทศเวียดนาม	2
กลุ่มประเทศยุโรป	22
กลุ่มตะวันออกกลาง	1
กลุ่มทวีปอเมริกา	6
อื่น ๆ	2
รวม	100

จากตารางที่ 7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น หากมีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ท่านอยากเดินทางไปประเทศใด มากที่สุด สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ถ้าหากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น หากมีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ท่านอยากเดินทางไปประเทศใด มากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่า อยากเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ กลุ่มประเทศยุโรป คิดเป็นร้อยละ 22 ลำดับถัดไป คือ ประเทศเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 17 กลุ่มทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 6 ประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 5 ประเทศเวียดนาม และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มตะวันออกกลาง คิดเป็นร้อยละ 1

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 8

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านการคุ้มค่า	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีราคาที่เหมาะสม	4.46
รายการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ได้รับบริการจากแพ็คเกจคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	4.40
ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีความคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป	4.43
ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.33
ได้รับประโยชน์สูงสุดจากแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท	4.44
<b>รวม</b>	<b>4.41</b>

จากตารางที่ 8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านการคุ้มค่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.41$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีราคาที่เหมาะสม ( $\bar{x} = 4.46$ ) รองลงมา คือ ได้รับประโยชน์สูงสุดจากแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท ( $\bar{x} = 4.44$ ) ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีความคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ( $\bar{x} = 4.43$ ) รายการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ได้รับบริการจากแพ็คเกจคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ( $\bar{x} = 4.40$ ) ค่าใช้จ่ายในแพ็คเกจการให้บริการ มีความเหมาะสมต่อสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ( $\bar{x} = 4.33$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 9

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านภาพลักษณ์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
บริษัทฯ เป็นบริษัทที่ทันสมัยและมีกิจกรรมที่สร้างสรรค์พัฒนา	4.39
บริษัทฯ มีชื่อเสียงในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	4.39
บริษัทฯ เป็นที่รู้จักดีและมีชื่อเสียง	4.34
บริษัทฯ มีชื่อเสียงการเอาใจใส่ลูกค้า	4.45
บริษัทฯ มีชื่อเสียงด้านบริษัทจัดค่ายและทัวร์ที่ประสบความสำเร็จ	4.41
<b>รวม</b>	<b>4.40</b>

จากตารางที่ 9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านภาพลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัทฯ มีชื่อเสียงการเอาใจใส่ลูกค้า ( $\bar{x} = 4.45$ ) รองลงมา คือ บริษัทฯ มีชื่อเสียงด้านบริษัทจัดค่ายและทัวร์ที่ประสบความสำเร็จ ( $\bar{x} = 4.41$ ) บริษัทฯ เป็นบริษัทที่ทันสมัยและมีกิจกรรมที่สร้างสรรค์พัฒนา ( $\bar{x} = 4.39$ ) บริษัทฯ มีชื่อเสียงในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ( $\bar{x} = 4.39$ ) บริษัทฯ เป็นที่รู้จักดีและมีชื่อเสียง ( $\bar{x} = 4.34$ ) ตามลำดับ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

ตารางที่ 10

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านความเชื่อมั่น	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	4.51
ท่านให้ความไว้วางใจต่อบริษัท ฯ	4.50
บริษัทฯ ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา	4.51
ท่านให้ความไว้วางใจต่อบริษัทฯ	4.49
บริษัทฯ ให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจ	4.53
ท่านมีความมั่นใจต่อความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท	4.52
ท่านมีความเชื่อใจต่อบริษัทด้านความปลอดภัยในมาตรการ Covid-19	4.46
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>

จากตารางที่ 10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ในด้านความเชื่อมั่น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.50$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริษัทฯ ให้บริการด้วยความซื่อตรงและจริงใจ ( $\bar{x} = 4.53$ ) รองลงมา คือ ท่านมีความมั่นใจต่อความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ( $\bar{x} = 4.52$ ) บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ( $\bar{x} = 4.51$ ) บริษัทฯ ดำเนินการในสิ่งที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ( $\bar{x} = 4.51$ ) ท่านให้ความไว้วางใจต่อบริษัทฯ ( $\bar{x} = 4.50$ ) ท่านให้ความไว้วางใจต่อบริษัทฯ ( $\bar{x} = 4.49$ ) ท่านมีความเชื่อใจต่อบริษัทด้านความปลอดภัยในมาตรการ Covid-19 ( $\bar{x} = 4.46$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 11

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
ท่านพึงพอใจต่อการให้บริการของวิทยากรและมัคคุเทศก์ และพนักงานของบริษัท	4.47
ท่านพึงพอใจต่อความหลากหลายของรูปแบบแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท	4.41
ท่านพึงพอใจต่อราคาแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท	4.46
ท่านพึงพอใจต่อความคุ้มค่าแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท	4.41
โดยภาพรวมแล้วท่านพึงพอใจต่อบริษัท	4.49
<b>รวม</b>	<b>4.45</b>

จากตารางที่ 11 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.45$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ โดยภาพรวมแล้วท่านพึงพอใจต่อบริษัท ( $\bar{x} = 4.49$ ) รองลงมา คือ ท่านพึงพอใจต่อการให้บริการของวิทยากรและมัคคุเทศก์ และ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

พนักงานของบริษัท ( $\bar{x} = 4.47$ ) ท่านพึงพอใจต่อราคาแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท ( $\bar{x} = 4.46$ ) ท่านพึงพอใจต่อความหลากหลายของรูปแบบแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท ( $\bar{x} = 4.41$ ) ท่านพึงพอใจต่อความคุ้มค่าแพ็คเกจการให้บริการของบริษัท ( $\bar{x} = 4.41$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 12

ข้อมูลเกี่ยวกับการบอกต่อที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
ท่านจะแนะนำครอบครัว กรุณาประเมินความคุ้มค่าที่ได้รับจากบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ มีราคาเหมาะสม	4.33
ท่านจะพูดถึงประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับจากบริษัทให้กับครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ฟัง	4.45
ท่านบอกต่อให้ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการของบริษัท	4.38
หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริษัท ในแง่ลบท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้	4.36
<b>รวม</b>	<b>4.38</b>

จากตารางที่ 12 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการบอกต่อที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ท่านจะพูดถึงประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับจากบริษัทให้กับครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ฟัง ( $\bar{x} = 4.45$ ) รองลงมา คือ ท่านบอกต่อให้ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการของบริษัท ( $\bar{x} = 4.38$ ) หากท่านได้ยินบุคคลอื่น ๆ พูดถึงบริษัท ในแง่ลบท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ ( $\bar{x} = 4.36$ ) ท่านจะแนะนำครอบครัว กรุณาประเมินความคุ้มค่าที่ได้รับจากบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ มีราคาเหมาะสม ( $\bar{x} = 4.33$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 13

ข้อมูลเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัท อีกครั้ง	4.45
ท่านประทับใจแพ็คเกจการให้บริการของบริษัทและต้องกลับมาใช้บริการซ้ำ	4.38
ท่านจะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ	4.27
ท่านจะใช้บริการจาก บริษัท ต่อไปเรื่อยๆ	4.36
<b>รวม</b>	<b>4.37</b>



จากตารางที่ 13 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.37$ ) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ถ้าโอกาสเอื้ออำนวย ท่านจะกลับมาใช้บริการที่บริษัท อีกครั้ง ( $\bar{x} = 4.45$ ) รองลงมา คือ ท่านประทับใจแพ็คเกจการให้บริการของบริษัทและต้องกลับมาใช้บริการซ้ำ ( $\bar{x} = 4.38$ ) ท่านจะใช้บริการจากบริษัทต่อไปเรื่อยๆ ( $\bar{x} = 4.36$ ) ท่านจะยังคงกลับมาใช้บริการที่บริษัทอีกถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ( $\bar{x} = 4.27$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แพ็คเกจการให้บริการไหนของบริษัทที่ท่านชื่นชอบที่สุด

แพ็คเกจการให้บริการไหนของบริษัทที่ท่านชื่นชอบที่สุด	ร้อยละ
กิจกรรมค่าย English Camp	21
กิจกรรมการค่ายวิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์	22
กิจกรรมบูรณาการ ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์	10
กิจกรรมเสริมศึกษา STEM	6
กิจกรรมค่าย Robot & Coding	2
Summer Camp ณ ประเทศสิงคโปร์	5
ทัวร์ในประเทศ และต่างประเทศ	12
ทัศนศึกษา หรือ Day Camp	22
<b>รวม</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 14 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับแพ็คเกจการให้บริการที่มีต่อบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ ภาพรวมอยู่ในมากที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามตอบว่า กิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และทัศนศึกษา หรือ Day Camp มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาคือ กิจกรรมค่าย English Camp คิดเป็นร้อยละ 21 ลำดับถัดไป คือ ทัวร์ในประเทศ และต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 12 กิจกรรมบูรณาการ ภาษาอังกฤษ วิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 10 กิจกรรมเสริมศึกษา STEM คิดเป็นร้อยละ 6 Summer Camp ณ ประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 5 และน้อยที่สุด คือ กิจกรรมค่าย Robot & Coding คิดเป็นร้อยละ 2

### อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจผู้ใช้บริการจัดค่าย และทัวร์ ของ บริษัทแพลนเน็ต แคมป์ จำกัด “ ได้ดังนี้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง มีอายุ 16-20 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่ศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน และนักศึกษา ซึ่งรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมความถี่ของการใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด พบว่าใช้บริการต่ำกว่า 2 ครั้ง เป็นจำนวนมากที่สุด พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเข้าใช้บริการบริษัท พบว่า ผู้บริโภคมักจะใช้บริการบริษัท ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียงเป็นคำตอบมากที่สุด ผู้บริโภครู้จักบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ พบว่า รู้จักจากเพื่อน คนรู้จัก เป็นจำนวนมากที่สุด จากการเกิด



สถานการณ์โรคระบาด Covid-19 มีผลกระทบต่อการตัดสินใจบริการของท่าน พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ หากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศท่านอยากเดินทางไปภาคใดมากที่สุด พบว่า อยากเดินทางไปภาคเหนือมากที่สุด หากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ที่เกิดขึ้น ถ้ามีการผ่อนปรนการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศท่านอยากเดินทางไปประเทศใดมากที่สุด พบว่า อยากเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด ผลความพึงพอใจผู้ใช้บริการบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด ความพึงพอใจผู้ใช้บริการในด้านการคุ้มค่าภาพรวม ด้านภาพลักษณ์ภาพรวม ด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทโดยมีความพึงพอใจ โดยภาพรวม วิทยากรและมัคคุเทศก์ ทีมงานของบริษัท ราคาแพ็คเกจการให้บริการ พึงพอใจต่อความหลากหลายในรูปแบบแพ็คเกจในการใช้บริการ การบอกต่อที่มีต่อบริษัท ความพึงพอใจทำให้พูดถึงประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับจากบริษัท จึงทำให้มีการแนะนำครอบครัว เพื่อนๆ พี่ๆ ให้มาลองใช้บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำที่มีต่อบริษัท อันดับแรก โอกาสที่เอื้ออำนวย ความประทับใจของผู้บริโภค แพ็คเกจการให้บริการที่มีต่อบริษัท มีกิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และทัศนศึกษา Day Camp English Camp ทัวร์ในประเทศ และต่างประเทศ ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของบริษัท แพลนเน็ต แคมป์ จำกัด โดยบริษัทนั้นมีความคุ้มค่าต่อผู้ใช้บริการ และแพ็คเกจที่เหมาะสม บริษัทมีความซื่อตรงและจริงใจ มีความน่าเชื่อเป็นที่รู้จักของผู้คนมากมายทำให้การใช้บริการต่อบริษัทนั้นมีความประทับใจ ภาพรวมที่ออกมาดี จึงถ้ามีโอกาสที่เอื้ออำนวย จึงทำให้ผู้บริโภคจะกลับมาใช้บริการต่อบริษัทซ้ำอีกครั้งต่อไปเรื่อย ๆ

### เอกสารอ้างอิง

Faculty of education, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand, Tisana Khammanee, et al. (2003). *Instructional Model: Various Choices* (รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย). Chulalongkorn University Press, Bangkok.