



การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน
จังหวัดเชียงรายโดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์
TOURISM DESIGN IN CHIANG SAEN DISTRICT, CHIANG RAI
BY CONJOINT ANALYSIS TECHNIQUE

พิมพ์ชนก เวียร์รา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน
จังหวัดเชียงรายโดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

TOURISM DESIGN IN CHIANG SAEN DISTRICT,CHIANG RAI
BY CONJOINT ANALYSIS TECHNIQUE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน
จังหวัดเชียงรายโดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์
ของ
พิมพ์ชนก เวียร์รา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล)	(รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล)
	 กรรมการ
	(อาจารย์ ดร.จรินทร์ จารุเสน)

ชื่อเรื่อง	การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายโดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์
ผู้วิจัย	พิมพ์ชนก เวียร์รา
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อินทกะ พิริยะกุล

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีสถานะสมรส/อยู่ด้วยกัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง โดยให้ลำดับความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการเสริมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการ ด้านโครงสร้างเรือและด้านกิจกรรมบนเรือ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ และ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน 7) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การออกแบบการท่องเที่ยว, การตัดสินใจ, บริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ, การวิเคราะห์คอนจอยท์

Title	TOURISM DESIGN IN CHIANG SAEN DISTRICT,CHIANG RAI BY CONJOINT ANALYSIS TECHNIQUE
Author	PIMCHANOK VIERRA
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Intaka Piriyakul

The purpose of this study is to focus on the decision-making factors in terms of the cruise ship travel agency among Thai tourists in the Chiang Saen district of Chiang Rai. The population of this research consisted of 100 samples. The findings of the research were as follows: (1) most of the Thai tourists were female, aged between 26-35, married or living together, held a Bachelor's degree or equivalent, self-employed in business or trade, and an income per month of 10,001-30,000 Baht and lived in the central region; (2) most Thai tourists were interested in four important factors in terms of the deciding to use a cruise ship travel agency, which included additional onboard services, onboard food services, ship structure and onboard activities. The results of the hypotheses testing were as follows: (1) Thai tourists of different genders gave unequal importance to onboard food services at a statistically significant level of 0.05.; (2) Thai tourists of different ages gave unequal importance to onboard activities and onboard food services at a statistically significant level of 0.05.; (3) Thai tourists with a different status gave unequal importance to ship structure, onboard food services and onboard additional services at a statistically significant level of 0.05; (4) Thai tourists with different educational levels gave unequal importance to ship structure, onboard activities and onboard food services at a statistically significant level of 0.05.; (5) Thai tourists of different occupations gave unequal importance to ship structure, onboard activities and onboard food services at a statistically significant level of 0.05.; (6) Thai tourists of different income levels gave unequal importance to onboard activities, onboard food services and additional services on the boat at a statistically significant level of 0.05; and (7) Thai tourists from different regions gave unequal importance to onboard food services at a statistically significant level of 0.05.

Keyword : Tourism design; Decision; Cruise ship travel agency; Conjoint analysis;

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผศ.ดร.อินทกะ พิริยะกุล ที่สละเวลาให้ความอนุเคราะห์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ความรู้ แนวคิด วิธีการในการทำวิจัยฉบับนี้ ตลอดจนคอยช่วยเหลือ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการวิจัยจนลุล่วงสำเร็จ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความเมตตาของอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล รองศาสตราจารย์ ดร.สุพาดา สิริกิตตา ดร.เพชรรัตน์ จินต์นุพงศ์ ดร.จรินทร์ จารุเสน และ ดร.เศรษฐวัสส์ ปรหมสิทธิ์ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่า ตลอดจนให้คำปรึกษา คำแนะนำเป็นอย่างดี เพื่อให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อบรมสั่งสอน ให้แนวคิด ประสพการณ์ต่างๆ แก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม ตลอดจนถึงเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษาเป็นอย่างดี

กราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

กราบขอบพระคุณบิดา ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนและให้ความรู้ คำแนะนำในการทำวิจัยฉบับนี้แก่ผู้วิจัยและขอขอบคุณเพื่อนนิสิตที่ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง จนทำให้ทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

พิมพ์ชนก เวียร์รา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
ความสำคัญของงานวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
สมมุติฐานในการวิจัย	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	13
แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ.....	28
ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ	32
แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์(Demographic).....	42
แนวคิดเกี่ยวกับ UX Strategy.....	43
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	45

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis).....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	54
การสร้างเครื่องมือในการทำวิจัย	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	60
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	65
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	66
สรุปผลทดลองสมมติฐาน.....	95
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	99
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	99
ความสำคัญของงานวิจัย.....	99
สมมุติฐานในการวิจัย	100
การสร้างเครื่องมือในการทำวิจัย	101
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	105
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	105
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	106
อภิปรายผลการวิจัย จากผลการวิจัย	112
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	119
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	123

บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก.....	128
ภาคผนวก ก	129
ภาคผนวก ข.....	135
ประวัติผู้เขียน.....	141



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ตัวอย่างแบบสอบถาม	59
ตาราง 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	65
ตาราง 3 จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	69
ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรรถประโยชน์ (Utility) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	70
ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่ารรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามเพศ	71
ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่ารรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามอายุ	73
ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ค่ารรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามสถานภาพ	76
ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ค่ารรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามระดับการศึกษา	78
ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่ารรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามอาชีพ	81

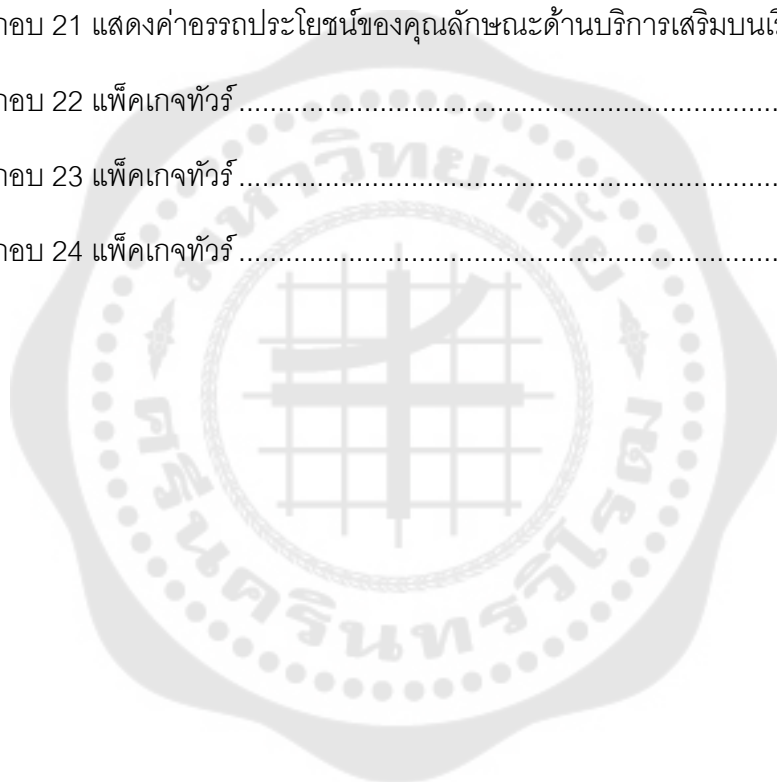
ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้าน กิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน.....	84
ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้าน กิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามภูมิลำเนา	88
ตาราง 13 แสดงค่าความสำคัญของคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	91
ตาราง 14 แสดงค่าอรรถประโยชน์ ของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญ	93
ตาราง 15 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ	95
ตาราง 16 ตัวอย่างแบบสอบถาม	104
ตาราง 17 ตารางข้อมูลแสดงค่าความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน จากแบบสอบถาม ออนไลน์.....	130

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย.....	2
ภาพประกอบ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน/บาท ของนักท่องเที่ยว ปี 2559 - 2561	3
ภาพประกอบ 3 แสดงจำนวนผู้โดยสาร (คน/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำจังหวัด เชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)	4
ภาพประกอบ 4 แสดงจำนวนเที่ยวเรือ (เที่ยว/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยว บริเวณแม่น้ำจังหวัด เชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)	5
ภาพประกอบ 5 กรอบแนวคิด	11
ภาพประกอบ 6 แสดงวัตถุประสงค์และแหล่งที่ท่องเที่ยว	14
ภาพประกอบ 7 สรุปภาพรวมองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	19
ภาพประกอบ 8 ประเภทของธุรกิจในการอุตสาหกรรม	25
ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL และ ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ	31
ภาพประกอบ 10 ประกอบขนาดของเรือสำราญ	33
ภาพประกอบ 11 กราฟแสดงจำนวนเรือ(ลำ) ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำใน ประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562(ข้อมูลปีพ.ศ. 2552 - 2561)	36
ภาพประกอบ 12 กราฟแสดงจำนวนเที่ยวเรือ (เที่ยว/ปี)ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณ แม่น้ำในประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)	37
ภาพประกอบ 13 กราฟแสดงจำนวนผู้โดยสาร(คน/ปี) ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว บริเวณ แม่น้ำของประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562 (ข้อมูลปี 2552- 2561)	38
ภาพประกอบ 14 แผนที่เส้นทางR3A	39
ภาพประกอบ 15 กราฟแสดงจำนวนผู้โดยสาร (คน/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำ จังหวัดเชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)	41

ภาพประกอบ 16 คุณค่านวัตกรรม	44
ภาพประกอบ 17 ค่าความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการ บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ.....	90
ภาพประกอบ 18 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ	91
ภาพประกอบ 19 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ	92
ภาพประกอบ 20 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ.....	92
ภาพประกอบ 21 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านบริการเสริมบนเรือ	93
ภาพประกอบ 22 แพ็คเก็จทัวร์	120
ภาพประกอบ 23 แพ็คเก็จทัวร์	121
ภาพประกอบ 24 แพ็คเก็จทัวร์	122



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นส่วนที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ารวมถึง 2.75 ล้านล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็น 20% ของ GDP ประเทศไทย (มาร์เก็ตเียร์, 2561, 15 กรกฎาคม) ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหาร วัฒนธรรมที่โดดเด่น เมืองโบราณที่เก่าแก่ และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยในแต่ละท้องถิ่นจะมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล(แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ.2559 - 2563, 2558) ในปี 2558 ได้ประกาศกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนาร่อง 5 กลุ่มท่องเที่ยวตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และ ในปี 2562 กระทรวงการคลังและการท่องเที่ยวและกีฬาได้ร่วมมือกันกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ไทยรัฐออนไลน์, 2562, 23 เมษายน) การเที่ยวเมืองรองใน 55 จังหวัด ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ภาคเหนือ ได้แก่ พิชณุโลก เชียงราย แม่ฮ่องสอน ตาก แพร่ น่าน อุตรดิตถ์ ลำปาง เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ พะเยา อุทัยธานี กำแพงเพชร สุโขทัย พิจิตร ลำพูน

2. ภาคกลาง ได้แก่ ชัยนาท อ่างทอง ลพบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม สิงห์บุรี

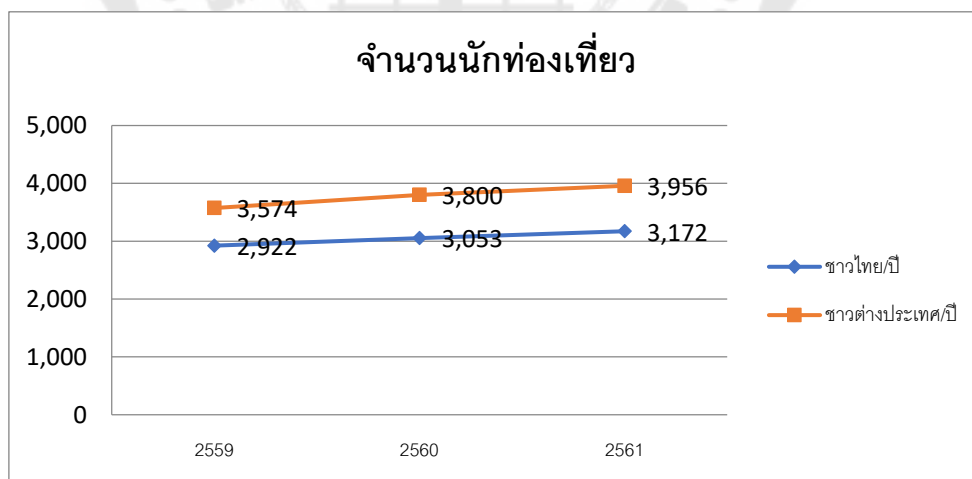
3. ภาคอีสาน ได้แก่ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ อุบลราชธานี อุตรดิตถ์ หนองคาย บึงกาฬ สกลนคร กาฬสินธุ์ สุรินทร์ นครพนม ยโสธร อำนาจเจริญ หนองบัวลำภู เลย ร้อยเอ็ด มหาสารคาม ศรีสะเกษ มุกดาหาร

4. ภาคตะวันออก ได้แก่ นครนายก ปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด สระแก้ว

5. ภาคใต้ ได้แก่ สตูล พัทลุง ระนอง ชุมพร นครศรีธรรมราช ตรัง ปัตตานี นราธิวาส ยะลา

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีภาษาพื้นเมือง เอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านศิลปะ ประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลายทางชาติพันธุ์ในรูปแบบล้านนา ทั้งชาวไทยใหญ่ ชาวไทเขิน และชาวไทยลื้อจากทางสิบสองปันนามาผสมผสานกัน เมืองโบราณ สถานที่อันเก่าแก่ จึงเป็นที่นิยมชมชอบของนักท่องเที่ยวในการมาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะอำเภอเชียงแสน ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในเชียงรายที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

อำเภอเชียงแสน เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงราย มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบ มีซากเมืองที่เก่าแก่อยู่ในบริเวณตัวอำเภอ ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำเรือขนส่งสินค้าที่สำคัญในภาคเหนือ อำเภอเชียงแสนมีพื้นที่ซึ่งเรียกว่า สามเหลี่ยมทองคำ ในพื้นที่หมู่ที่ 1 บ้านสบรวก ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นบริเวณที่บรรจบกันของชายแดนสามประเทศ คือ ไทย ลาว และพม่า ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอเชียงแสนอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแม่สาย รัฐฉาน (ประเทศพม่า) และแขวงบ่อแก้ว (ประเทศลาว) ทิศตะวันออก ติดต่อกับแขวงบ่อแก้ว (ประเทศลาว) และอำเภอเชียงของ ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเชียงของ อำเภอดอยหลวง และอำเภอแม่จัน และทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอแม่จันและอำเภอแม่สาย(สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย , 2559) อำเภอเชียงแสนติดกับแม่น้ำโขงซึ่งทำให้มีการสัญจรทางน้ำไม่ว่าจะเป็นการขนส่งสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และยังสามารถข้ามชายแดนไปเที่ยว เยี่ยมชมประเทศเพื่อนบ้าน จึงเกิดเป็นพื้นที่ทำ رهทองในการค้าขายและการท่องเที่ยว พื้นที่ในอำเภอเชียงแสนมีสิ่งปลูกสร้างและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในตัวเมืองของอำเภอเชียงแสนและพื้นที่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำโขงของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเรือสำราญ บริษัทนำเที่ยว และ กิจการร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก

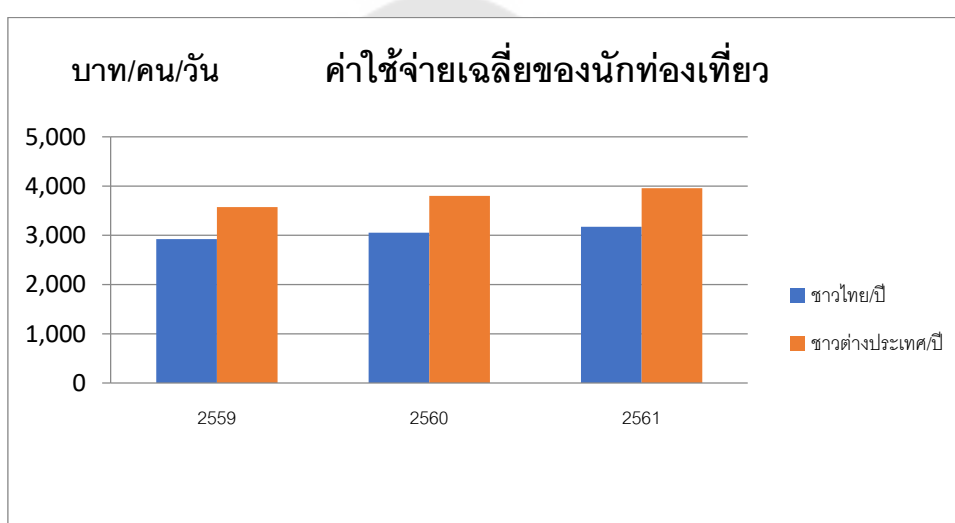


ภาพประกอบ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ปี 2559 - 2561

ที่มา: สำนักงานสถิติเชียงราย, 2562

จากข้อมูล พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จำนวนผู้ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดรายได้ในจังหวัดและธุรกิจที่หลากหลาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก โดยในปี 2559 จังหวัดเชียงรายมีนักท่องเที่ยวชาวไทย 2,298,952 คนและชาวต่างชาติ 483,472 คน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทั้งชาวไทยที่มีจำนวน 2,496,521 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 512,997 คน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2,673,521 คนสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ 533,029 คน (สำนักงานสถิติเชียงราย, 2562)

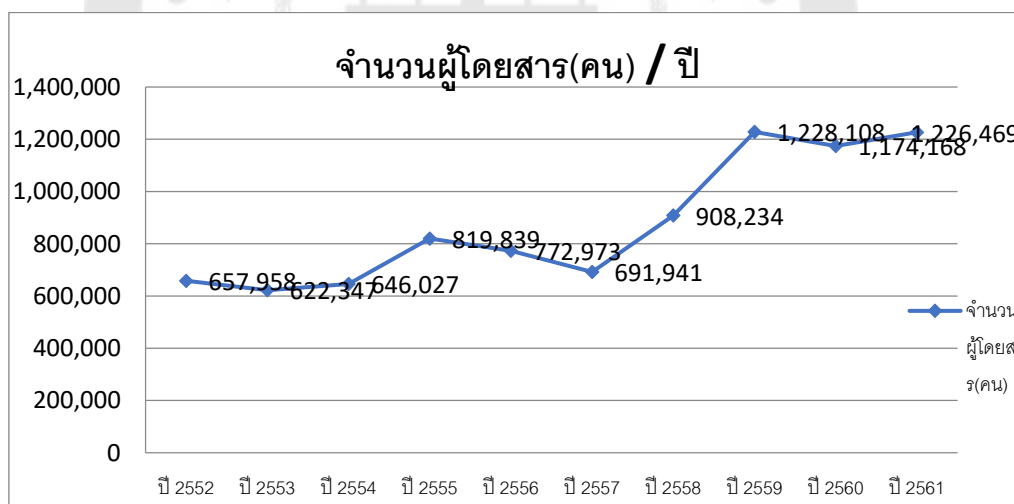


ภาพประกอบ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน/บาท ของนักท่องเที่ยว ปี 2559 - 2561

ที่มา: สำนักงานสถิติเชียงราย, 2562

จากภาพประกอบที่ 2. เห็นได้ว่าผู้ที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย แยกเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ของผู้ที่มาท่องเที่ยวนั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายภายในจังหวัดมากขึ้น เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว มีแนวโน้มรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี ซึ่งในปี 2559 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคนต่อวันเฉลี่ย 2,922.07 บาท ในปี 2560 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,053.26 บาทและในปี 2561 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,171.82 บาท ในส่วนของชาวต่างชาติ นั้น ตั้งแต่ปี 2559 – 2561 มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันเฉลี่ย 3,573.73 บาท 3,800.27 บาท และ 3,956.3 บาท ตามลำดับ (สำนักงานสถิติเชียงราย, 2562)

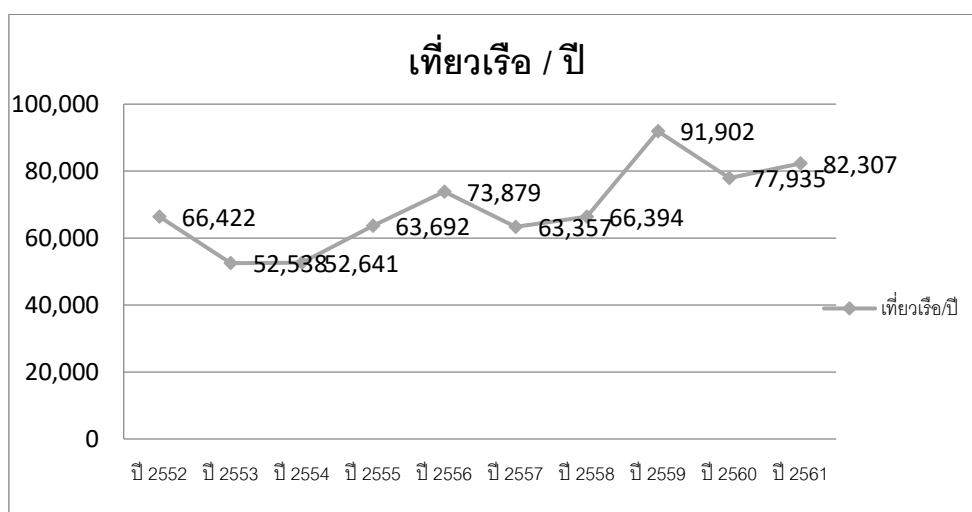
ธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความนิยมนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การล่องเรือสำราญเป็นการเที่ยวแบบเปิดประสบการณ์ใหม่ ชมวิวทิวทัศน์ ริมฝั่งแม่น้ำโขง ทั้งนี้ ด้วยจุดขายที่โดดเด่นในด้านวัฒนธรรม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์วิถีชุมชนริมแม่น้ำของชาวลาวและชาวเมียนมาร์ และอาหารไทย กิจกรรม การศึกษาดูงาน รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง เส้นทางในการเดินเรือเชิงการท่องเที่ยวมี 2 รูปแบบ คือ การเดินเรือแบบระยะใกล้และระยะไกล เส้นทางเดินเรือระยะใกล้คือ เดินทางไปสามเหลี่ยมทองคำ เกาะดอนซาว พาราไดซ์ เชียงของ การเดินเรือระยะไกล คือ การเดินทางไปยังต่างประเทศ คือ สิบสองปันนา(ประเทศจีน) และหลวงพระบาง(ประเทศลาว) ซึ่งการเดินทางในแม่น้ำโขงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทางภาครัฐ นายชูศักดิ์ อุปนันท์ นายอำเภอแม่สาย ผู้แทนผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย กล่าวว่า เป็นการดีที่เอกชนได้มาเปิดเรือท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการใช้แม่น้ำโขง ตามความร่วมมือระหว่าง ไทย-พม่า-ลาว-จีน ซึ่งต้องการให้มีการเดินเรือท่องเที่ยวและการค้าในภูมิภาคนี้รองรับกับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และทำให้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายที่กำลังคึกคักให้ดียิ่งขึ้นด้วย (MGR Online, 2550, 7 มกราคม)



ภาพประกอบ 3 แสดงจำนวนผู้โดยสาร (คน/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำจังหวัดเชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

จากภาพประกอบที่ 3 แสดงให้เห็น ยอดผู้โดยสารที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลา 10 ปี (กรมเจ้าท่า, 2562) ตั้งแต่ปี 2552 มีจำนวนผู้โดยสาร 657,958 คน ปี 2553 จำนวนผู้โดยสาร 622,347 คน ปี 2554 จำนวนผู้โดยสาร 646,027 คน ปี 2555 มีจำนวนผู้โดยสาร 819,839 คน ปี 2556 มีจำนวนผู้โดยสาร 772,973 คน และในปี 2557-2561 มีจำนวนผู้โดยสาร 691,941 คน 908,234 คน 1,228,108 คน 1,174,168 คน และ 1,226,469 คน ตามลำดับ ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีจำนวนผู้โดยสาร นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการท่าเรือ(แม่น้ำ)ของในจังหวัดเชียงรายอย่างมาก



ภาพประกอบ 4 แสดงจำนวนเที่ยวเรือ (เที่ยว/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยว บริเวณแม่น้ำจังหวัดเชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

จากภาพข้างต้น ทำให้ทราบถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนเที่ยวเรือ(กรมเจ้าท่า, 2562) ตั้งแต่ปี 2552 มีเที่ยวเรือ 66,422 เที่ยว ปี 2553 จำนวนเที่ยวเรือ 52,538 เที่ยว ปี 2554 จำนวนเที่ยวเรือ 52,641 ปี 2555 จำนวนเที่ยวเรือ 63,692 เที่ยว ปี 2556 จำนวนเที่ยวเรือ 73,879 เที่ยว และในปี 2557 – 2561 มีจำนวนเที่ยวเรือ 63,357 เที่ยว 66,394 เที่ยว 91,902 เที่ยว 77,935 เที่ยว และ 82,307 เที่ยว ตามลำดับ การเพิ่มขึ้นของเที่ยวเรือ แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น จึงต้องเพิ่มเที่ยวเรือเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับกราฟที่ 3 ที่แสดงจำนวนผู้โดยสารที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้นที่มีอัตรารายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดเชียงราย สะท้อนให้เห็นมูลค่าด้านการท่องเที่ยวและความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อธุรกิจการท่องเที่ยว อย่างธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญในจังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงแสน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอ เชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ ผู้ประกอบการและนักการตลาด รวมถึงผู้ที่สนใจในธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญสามารถนำไปปรับปรุง หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อแสดงระดับปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลการตัดสินใจใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ความสำคัญของงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการและนักการตลาด สามารถนำผลจากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการ
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับธุรกิจเดิม
3. เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1.กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก

ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

2.กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของคอคแรน (Cochran W.G., 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 96.04 ตัวอย่าง และเพิ่มไว้ 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 100 ตัวอย่าง เพื่อให้สามารถหาค่าความแปรปรวนที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างได้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1ประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- 15 - 25 ปี
- 26 - 35 ปี
- 36 - 45 ปี
- 46 - 55 ปี
- 56 - 65 ปี
- มากกว่า 66 ปี

1.1.3 สถานภาพ

- โสด
- สมรส/อยู่ด้วยกัน
- หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย

1.1.4 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- อื่นๆ.....

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 10,000 – 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 40,000 บาท
- 40,001 - 50,000 บาท
- มากกว่า 50,000 บาท

1.1.7 ที่อยู่อาศัย (ภูมิภาค)

- ภาคเหนือ
- ภาคกลาง
- ภาคอีสาน
- ภาคใต้

1.2 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการนำเที่ยวเรือสำราญ

2.ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย



นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกันสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์ต่างๆไว้ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่เดินทางออกถิ่นฐานที่อยู่อาศัยปกติ เดินทางไปถิ่นฐานอื่นชั่วคราว เพื่อจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว พักผ่อน เพื่อเยี่ยมญาติ ซึ่งเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทางเอง

ธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ หมายถึง ธุรกิจนำเที่ยวประกอบกิจการนำเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการจัดการ ให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางโดยทางเรือสำราญ สถานที่พัก อาหาร ทักษนาจร มัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

เส้นทางการเดินเรือ หมายถึง เส้นทางเดินเรือสำราญที่ให้บริการในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมี 3 เส้นทาง ได้แก่ สามเหลี่ยมทองคำ สิบสองปันนา(ประเทศจีน) และหลวงพระบาง(ประเทศลาว)

โครงสร้างเรือ หมายถึง โครงสร้างของเรือสำราญ องค์ประกอบ เช่น พื้นที่ใช้สอย พื้นที่บนกิจกรรม

กิจกรรมบนเรือ หมายถึง กิจกรรมที่จัดแสดงบนเรือสำราญ เช่น ฟังเพลงดนตรีสด กิจกรรมพื้นบ้านทางภาคเหนือ(พื้่นรำ)

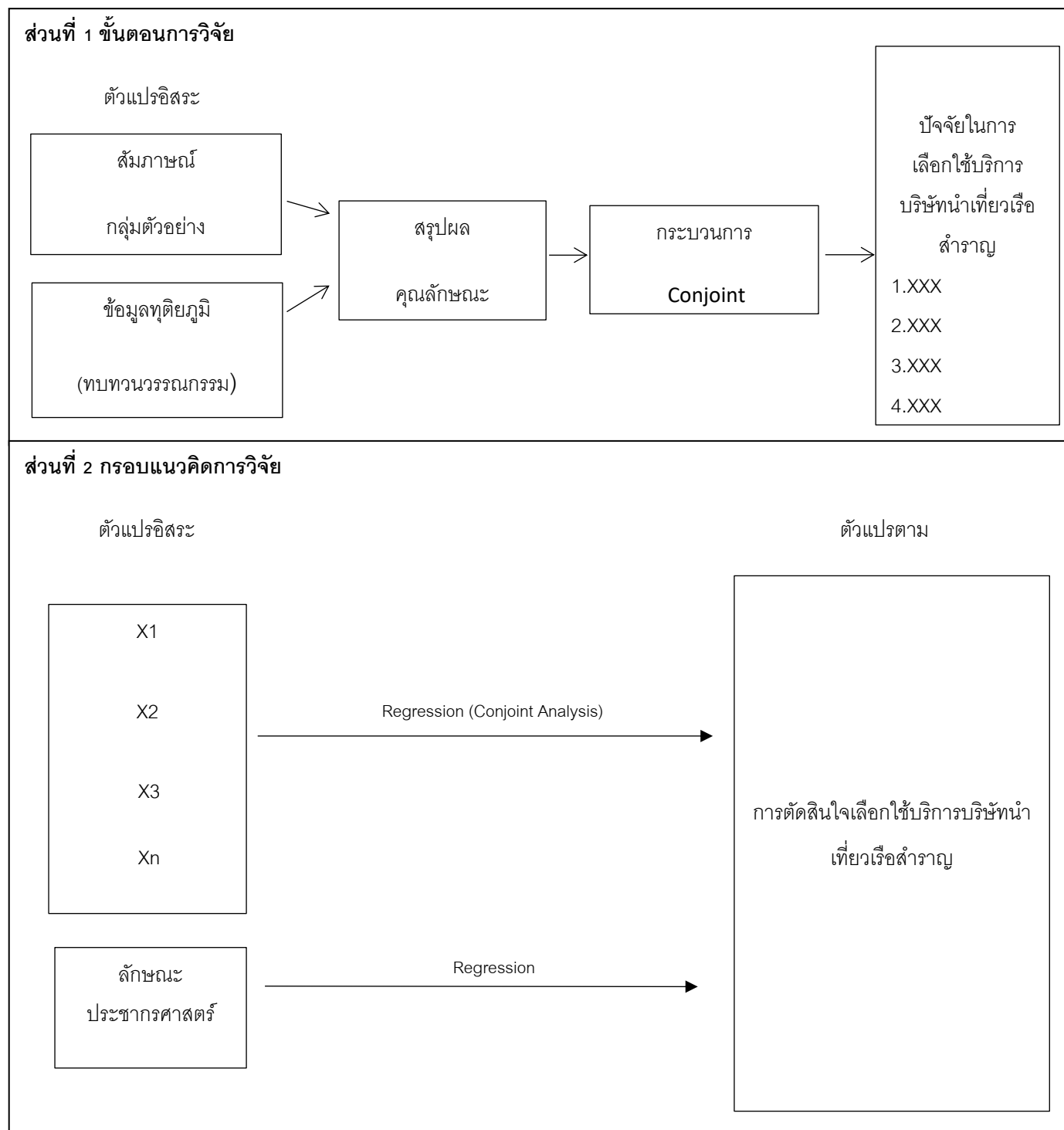
การบริการเสริม หมายถึง บริการด้านอื่นๆนอกเหนือจากการให้บริการ เช่น ที่พัก ห้องประชุม ห้องร้องเพลง ร้านสะดวกซื้อ

รูปแบบของอาหารในการบริการ หมายถึง อาหารที่ให้บริการบนเรือสำราญ ที่มีหลากหลายรูปแบบ หลายประเภท เช่น อาหารจีน อาหารท้องถิ่น อาหารตะวันตก

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม หมายถึง เครื่องมือหรือวิธีในการวิเคราะห์ความชื่นชอบหรือสิ่งที่ยอมรับได้มากที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีสถานการณ์ต่างๆที่ถูกกำหนดไว้ ประกอบไปด้วยตัวเลือกที่แตกต่างกัน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยพิจารณาเลือกจัดอันดับสถานการณ์ ที่ชื่นชอบมากที่สุดหรือยอมรับได้มากที่สุดเพื่อให้ตรงกับความต้องการกับสถานการณ์ต่างๆของตนเอง เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถทำให้ทราบได้ถึงค่าความสำคัญของคุณลักษณะของสินค้าและบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์” มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพประกอบ 5 กรอบแนวคิด

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

2. คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย เรื่อง การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์ ร่วมผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายผล ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2.แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ
- 3.ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ
- 4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 5.แนวคิดเกี่ยวกับ UX Strategy
- 6.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
- 7.แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)
- 8.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว

ริชญา มณีเนตรและคณะ (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นชั่วคราวไปด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ เพื่อนหรือบุคคลอื่น เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุลและคณะ, 2556)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ ซึ่งเป็นการเดินทางแบบชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน มิได้เพื่อหารายได้ มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 9 แบบ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual)

การเดินทางในวันหยุดเพื่อการพักผ่อน คือ เป็นการเอาความเมื่อยล้าออกจากร่างกายทางจิตใจ และเป็นสร้างพละกำลัง สำหรับการเริ่มต้นการทำงาน หรือ บางคนอาจจะไปพักผ่อนจากการป่วยไข้ มักจะดูสภาพอากาศในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดเย็นสบาย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียด ดังตัวอย่างประกอบ(ราณี อธิชัยกุลและคณะ, 2556)

วัตถุประสงค์	ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว
1.ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	- สวนสาธารณะ - อุทยานแห่งชาติ - น้ำตก - สป้า - ชายทะเล
2.ต้องการหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่	- กิจกรรมกลางแจ้ง - ทัศนศึกษาหมู่บ้านชาวเขา - สวนสนุกเฉพาะทาง
3.หลีกเลี่ยงอากาศหนาว	- ชายทะเล (sun and see) - กิจกรรมดำน้ำ

ภาพประกอบ 6 แสดงวัตถุประสงค์และแหล่งที่ท่องเที่ยว

ที่มา: ราณี อธิชัยกุล และ คณะ, 2556

2.การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)

การเดินทางที่ต้องการการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและศาสนาของแต่ละประเทศที่สนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน การชมการแสดงหรือดนตรีของประเทศต่างๆ เป็นต้น

3.การท่องเที่ยวด้านการศึกษา (Educational)

การเดินทางเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัย ศึกษางานหรือสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล หาในสิ่งที่ยังไม่มีใครค้นพบ หรือจะเป็นการเดินทางเพื่อสอนหนังสือในต่างประเทศ จึงต้องใช้เวลาในการพักอาศัยอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานาน

4.การท่องเที่ยวด้านการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

การเดินทางที่ต้องการไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่บรรยากาศเงียบ มองทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นต้น

5.การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมเมืองโบราณสถานที่เกี่ยวกับความจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย เครื่องปั้นโบราณ เป็นต้น

6.การท่องเที่ยวด้านงานอดิเรก (Hobbies)

การเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปภูเขาไฟ บ้านหม้อ ไปขึ้นกระเช้าออกทะเล

7.การท่องเที่ยวเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation)

การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ สร้างสัมพันธภาพที่ดียิ่งขึ้น เช่น ไปหาเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปหาลูกที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

8 การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ (Business)

การเดินทางมีความเกี่ยวข้องกันกับการทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวอีกหนึ่งรูปแบบ เนื่องจากการเดินทางเพื่อธุรกิจนี้สามารถสร้างรายได้และนักธุรกิจไม่ได้เดินทางไปสถานที่แห่งนั้น เพียงแค่ทำธุรกิจเพียงอย่างเดียว ต้องการที่จะบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ เช่นการพักโรงแรม การใช้บริการห้องสัมมนา ชื่อของที่ระลึกหรือสินค้าอื่นๆ

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

8.1 การเดินทางท่องเที่ยวด้านธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) คือ การเดินทางเพื่อประสานงานหรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ อาจจะมีระยะเวลาในการพักผ่อน 2-3 วัน ในระหว่างการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอินเดียเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทยเวียดนาม

8.2 การท่องเที่ยวด้านการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, conference / convention / congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมในระดับทั่วโลก มีการส่งเสริมและสนับสนุน ด้วยว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั่วไป และถ้าเกิดประทับใจกับสถานที่แห่งนั้นหรือการบริการ และอาจกลับมาสถานที่นั้นอีกครั้งในฐานะนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนใน

9.การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

เป็นการเดินทางเพื่อมาการประชุมสัมมนา โดยทั่วไปการจัดรายการประชุมสัมมนา จะกำหนดวันเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองไหนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น หัวหิน กรุงเทพฯ ภูเก็ต ปารีส เป็นต้น

รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มมีตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญ หลังจากนั้นองค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก (วาริชต์ มัธยมบุรุษ, ม.ป.ป.) ได้แก่

- 1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (natural tourism)
- 2) การท่องเที่ยววัฒนธรรม (cultural tourism)
- 3) การท่องเที่ยวสนใจพิเศษ (special interest tourism)

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) คือ การเดินทางชมธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งมีชีวิต

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) คือ การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์ ชมความเป็นธรรมชาติของทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) คือ การท่องเที่ยวธรรมชาติชมหินงอกหินย้อย ดิน แร่ ธาตุ เพื่อชมความแปลกและสวย การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกและศึกษาธรรมชาติและได้รับประสบการณ์ใหม่

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) คือ การท่องเที่ยวเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนพืชพันธุ์สมุนไพร การเลี้ยงสัตว์ ชมความสำเร็จและความเพลิดเพลินในสวน

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) คือ การท่องเที่ยวขึ้นชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ เช่น ฝนดาวตก และการดูดาวจันทรคติ เป็นการเรียนรู้ได้ศึกษาระบบสุริยจักรวาล

2. การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม(cultural tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์(historical tourism) คือ การท่องเที่ยวชมสถานที่โบราณ และประวัติศาสตร์ เพื่อความเพลิดเพลิน ความรู้ เข้าใจ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์

2.2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) คือ การเที่ยวชมงานประเพณีของชาวบ้าน เพื่อให้ได้ความเพลิดเพลินและศึกษาความเชื่อ การเคารพพิธีกรรม

2.3 การท่องเที่ยวทางวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) คือ การท่องเที่ยวหมู่บ้านหรือชนบท วิถีชีวิต และผลงานที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในชุมชน ได้รับความรู้ชมผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน

3.การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวทางสุขภาพ (health tourism) คือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม เพื่อการได้พักผ่อน ศึกษา มีคุณภาพชีวิตที่ดีการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ

3.2 การท่องเที่ยวทางทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) คือ การท่องเที่ยวแบบทัศนศึกษา เป็นการศึกษาศาสนาทางศาสนา ความรู้ สัจธรรม การฝึกทำสมาธิ มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากนี้ นักท่องเที่ยวบางคนต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การรำไทย มวยไทย งานช่างและงาน ศิลปหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ของชุมชนหรือชาวบ้านกลุ่มชนเผ่า เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านชาวกูย

3.4 การท่องเที่ยวทางกีฬา (sports tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาที่ตนเองให้ชื่นชม สนใจ ในประเภทกีฬา เช่น ตกปลา สกิกเกอร์ สกีนํ้า เป็นต้น สิ่งที่จะได้รับ คือ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้นและความรู้ใหม่ที่มีมากขึ้นกว่าเดิม

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) คือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความพิเศษ นักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุก ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยี่ยมเยือน เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้ประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (long stay) คือ กลุ่มคนเกษียณอายุจากการทำงานบริษัทเอกชนหรือราชการ มีความต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดน เพื่อการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 3 – 4 ครั้งต่อปีครั้งละนาน ๆ

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) คือ การจัดทริปเที่ยวให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมายที่บริษัทตั้งเป้าไว้

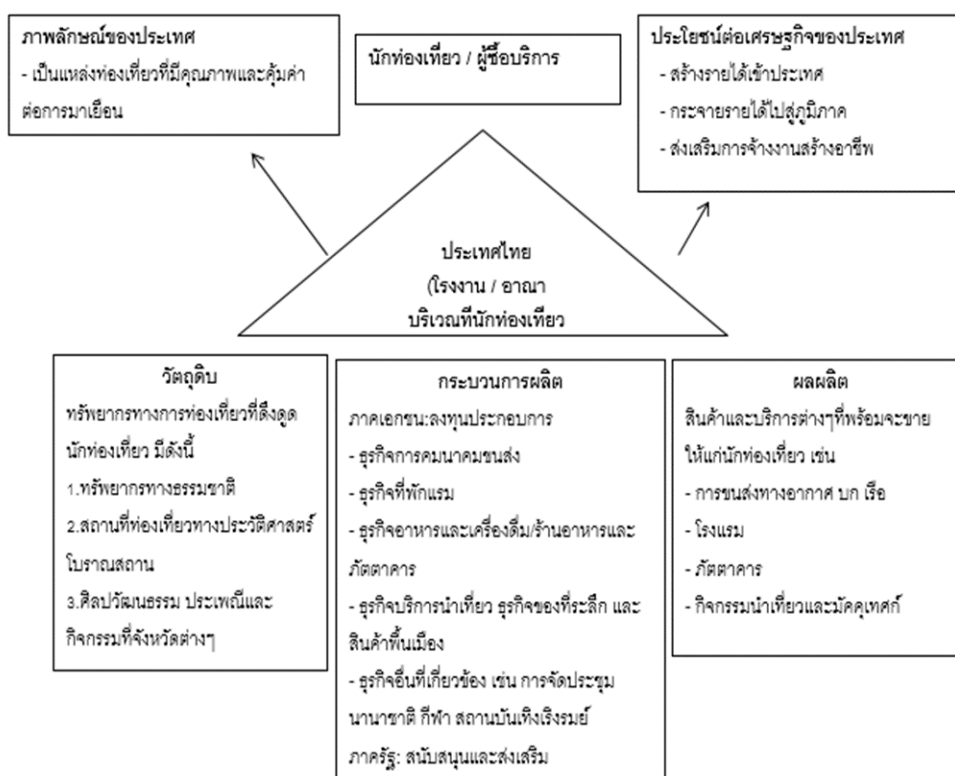
3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE คือ M=meeting/I= incentive/ C=conference / E=exhibition) คือ การจูงใจให้แก่มูลค่าของผู้ที่จัดประชุม มีโปรแกรมการเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดโปรแกรมการเที่ยวหลังการประชุม

(post-tour) ซึ่งการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบทั่วประเทศ เป็นการบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยววันเดียว หรือโปรแกรมการเที่ยวพักค้างแรม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน คือ เป็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในรูปแบบผสมผสาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย หรือ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สตีเวน (Stevens, 1990:422) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนสร้างขึ้นเพื่อบริการและสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภคและการกระจายผลผลิตโดยใช้ระบบการตลาด ทางอุตสาหกรรมจะผลิตสินค้าที่มีตัวตนสามารถจับต้องได้ แต่สำหรับสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งสินค้าของอุตสาหกรรมจะเป็นการบริการ ที่จะเป็นการบริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจได้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการรวมการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบธุรกิจบริการต่างๆ กับรัฐบาลและทรัพยากรในท้องถิ่น(ราณี อธิชัยกุลและคณะ, 2556) ดังภาพประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังนี้



ภาพประกอบ 7 สรุปภาพรวมองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2545) การจัดการท่องเที่ยว: 50

องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะ และมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภท มีองค์ประกอบอยู่ 5 องค์ประกอบ คือ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพิจารณาองค์ประกอบแต่ละส่วน จะทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (พยอม ธรรมบุตร)

1. ความหมายของนักท่องเที่ยว

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนเองไม่ได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการไปประกอบอาชีพเพื่อการหารายได้หรืออาชีพ ฉะนั้นแล้วรวมถึงผู้มาเยือน 2 ประเภทนี้ด้วย (ราณี อธิชัยกุลและคณะ, 2556) คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2. นักทัศนอาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนเพื่อการช่งๆหนึ่ง อาศัยใน ประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

สำหรับประเทศไทย ได้กำหนดว่า “นักท่องเทียะว” คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่ โดยปกติของตน ไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความเต็มใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช่เพื่อ ประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเทียะวแห่งประเทศไทย ได้นิยามศัพท์ทางนักท่องเทียะวเพื่อใช้ในงานสถิติ ดังนี้

1. นักท่องเทียะวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มีได้มีที่พัก อาศัยหรืออยู่อย่างถาวรในประเทศไทย เดินทางเข้ามาเพื่อทำหน้าที่ใดๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างใน การทำหน้าที่นั้นจากผู้ที่อยู่ในประเทศไทย

2. นักท่องเทียะวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พัก อาศัยอยู่อย่างถาวรที่อยู่ในประเทศไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่ ถิ่นที่อยู่ประจำ เพื่อทำหน้าที่ใดๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการทำหน้าที่นั้น ๆ จากผู้ที่อยู่สถานที่ แห่งนั้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเป็น สิ่งที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจ ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องได้ แบ่งออกเป็นทรัพยากร การท่องเที่ยวส่วนที่เป็นธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเทศไทยมี แหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกภาคส่วนของประเทศ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที มีความจำเป็นอย่างยิ่งในอันที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความยั่งยืน

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งธรรมชาติ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มี 6 ประเภท ได้แก่ 1) อุทยานแห่งชาติ (National park) 2) วนอุทยาน (Forest park) 3) เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่า (Wildlife sanctuary) 4) เขตห้ามล่าสัตว์ป่า (Non hunting area) 5) สวนพฤกษศาสตร์ (Botanical garden) 6) สวนรุกชาติ (Arboretum)

2. สิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น มีทั้งที่เป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ศาสนสถาน โบราณวัตถุโบราณสถาน กำแพงเมือง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การดำเนินชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์และหัตถกรรมพื้นเมือง เป็นต้น

3.การคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่ง คือปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยในการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง เป็นธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งทั้งในรูปแบบของทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ นอกจากนี้การคมนาคมขนส่งเป็นธุรกิจที่มีผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะการเดินทางจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการเดินทางขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

4.ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการบริการ

ข้อมูลและข่าวสารการท่องเที่ยวมีความต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้น สิ่งสำคัญจะต้องมีการชักนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการบริการขึ้นมาให้เพียงพอต่อการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในทางที่ดี เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

5.สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนในการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินต่อไปได้ดี เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องใช้การคมนาคมขนส่ง จึงจำเป็นจึงจำเป็นต้องมีธุรกิจขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้อง การต้องการความปลอดภัยจากการเดินทางท่องเที่ยว การต้องการเครื่องใช้สาธารณูปโภคต่าง ๆ การต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร และที่พัก ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นสิ่งสำคัญและเป็นตัวสนับสนุนให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปด้วยดี อาจกล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวใดที่ขาดโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกจะส่งผลต่อความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและนักลงทุนลดน้อยลง

ธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่ตอบสนองด้านบริการและผลิตสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อแสวงหากำไร(ราณี อธิชัยกุล และ คณะ, 2554)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยธุรกิจหลากหลายซึ่งสามารถสรุปเป็นวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ (Bull,1995)

1. เพื่อกำไรที่สูงสุด(Profit maximization) เป็นการวางแผนระยะยาว พิจารณาจากค่าใช้จ่ายและรายได้ซึ่งธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ให้ความสำคัญ
2. เพื่อยอดขายที่สูงสุด (Sales maximization) คือวัตถุประสงค์ที่จำเป็นต้องทำแต่ทำได้ยากในของส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องด้วยข้อจำกัดในด้านความสามารถในการรองรับของธุรกิจบริการ
3. เพื่อชื่อเสียงเกียรติยศ (Empire building/prestige) เป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้มีเงินเป็นหลัก
4. เพื่อผลผลิตสูงสุด (Output maximization) เป็นวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสินค้ามากกว่าที่จะเป็นธุรกิจบริการ เนื่องจากเน้นการผลิตสินค้าปริมาณมากกว่ารายได้ต่อหน่วย
5. เพื่อให้ได้ระดับที่พึงพอใจใจ (Satisficing) เป็นวัตถุประสงค์ที่กำหนดความพึงพอใจของระดับรายได้หรือกำไรของธุรกิจ
6. เพื่อกำไรต่ำ (a quiet life/Profit maximization) เป็นวัตถุประสงค์ของครอบครัวหรือธุรกิจขนาดเล็กที่พึงพอใจกับกำไรเพียงเล็กน้อย

ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม คือ

1. ธุรกิจทางตรง หมายถึง ธุรกิจหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนันทนาการและความบันเทิง ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจจัดการประชุม งานแสดงสินค้า ธุรกิจสปา และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2. ธุรกิจทางอ้อม หมายถึง เป็นธุรกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการให้กับประชาชนทั่วไปและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจก่อสร้างการเงิน การบริการสาธารณสุข โทรคมนาคม ผู้ผลิตยางรถยนต์ ผู้ผลิตสินค้าด้านการเกษตร

เฟอร์นิเจอร์ เครื่องบิน อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์ เหล็กกล้า ซีเมนต์ กระเบื้อง พลาสติก เป็นต้น

จากบทความข้างต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจทางตรงจะมีความสำคัญอย่างมากที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจะขอกล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะธุรกิจทางตรงเท่านั้น

ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจเพื่อให้การบริการเป็นหลัก และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ซึ่งมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการ(ราณี อธิชัยกุล และ คณะ, 2554) ประกอบด้วย

1. ธุรกิจโรงแรมหรือที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง กิจการขายบริการที่พักแรมให้กับผู้ที่เดินทางหรือบุคคลที่ต้องการพักแรม อาจมีการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมที่พบเห็นได้บ่อยครั้งจะสามารถจำแนกตามระดับออกได้ ดังนี้ ระดับ 5 ดาวจะเป็นโรงแรมหรูหราดีเยี่ยม ระดับ 4 จะเป็นโรงแรมระดับดี ระดับ 3 จะเป็นโรงแรมระดับปานกลาง และระดับ 2 และ 1 จะอยู่ในระดับประหยัด การบริการงานของโรงแรม แบ่งเป็น งานด้านห้องพัก งานด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และงานด้านการบำรุงรักษา นอกจากนี้โรงแรมยังมีธุรกิจพักร่มประเภทอื่นๆ เช่น รีสอร์ท โมเต็ล บ้านแบ่งให้เช่า คอนโดมีเนียม เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

2. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นการจัดเตรียมที่นั่งให้กับผู้บริโภคเพื่อรับประทานอาหารในสถานที่ที่ให้บริการ หรือ บริการจัดอาหารบรรจุใส่กล่อง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มแบ่งออกเป็น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ภายในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ในสนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายในบนพาหนะระหว่างการเดินทาง การบริหารงานธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประกอบด้วย การกำหนดรายการอาหารและราคา การจัดซื้อ การจัดเก็บและการเบิกจ่าย การผลิตอาหารและสุขาภิบาล การบริการและการตลาด

3. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง (Transportation) หมายถึง ธุรกิจเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยพาหนะขนส่ง มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ธุรกิจทางบกจะเป็นการเดินทางโดย รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า และรถ

โดยสาร การขนส่งทางน้ำจะเป็น เรือเดินทะเล เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือสำราญ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นเรือขนาดใหญ่ที่ประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องพัก ห้องอาหาร โรงภาพยนตร์ ดิสโก้เธค ไนต์คลับ สถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาต่างๆ ร้านทำผม และร้านขายสินค้า เป็นต้น ส่วนการเดินทางทางอากาศเป็นการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามประเทศหรือเดินทางระยะไกลโดยใช้พาหนะเครื่องบิน

4. ธุรกิจนำเที่ยว (Tour operator) หมายถึง เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการนำเที่ยว ให้บริการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทักษนาจร หรือการบริการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งการบริการนำเที่ยวอาจบริการผ่านโดยการขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงหรือจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ การจ้ดนำเที่ยวภายในประเทศ การจ้ดนำเที่ยวต่างประเทศ และการจ้ดนำเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การบริหารของธุรกิจนำเที่ยว มีการบริหารดังนี้ การวางแผนและการจ้ดนำเที่ยว การตลาดและการขาย และการบัญชีและการเงิน

5. ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (Travel agent) หมายถึง การประกอบธุรกิจในรูปแบบตัวแทนที่ได้รับการอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าและบริการในนามของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน จึงเป็นผู้ที่อยู่ต่อกลางระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ตัวแทนจะหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน ตัวแทนจะหน่ายธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนจะหน่ายธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศและตัวแทนสายการบิน

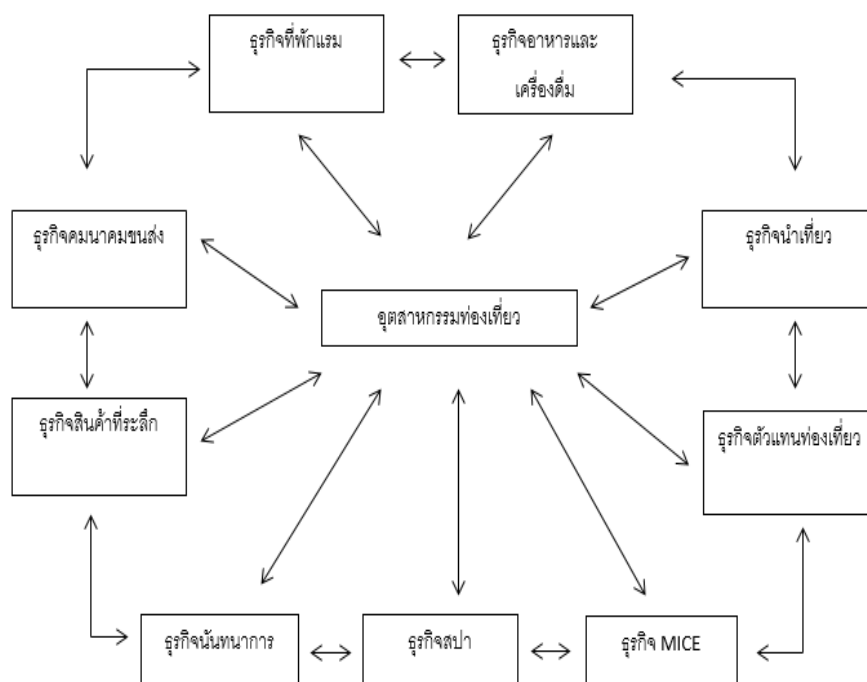
6. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (Souvenirs) หมายถึง ธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อเป็นที่ระลึกของฝากหรือเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ระลึกถูกพัฒนาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่น

7. ธุรกิจนันทนาการ (Recreation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการให้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และเพื่อความบันเทิง เช่น ไนต์คลับ บาร์ ดิสโก้เธค คาสิโน โรงภาพยนตร์ โรงละครและสนามกีฬา ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเล่นหรือแข่งขันกีฬาหรือเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา

8. ธุรกิจสปา (Spa) หมายถึง ธุรกิจการดูแลสุขภาพแบบองค์ประกอบรวมด้วยวิถีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดดูแลควบคู่ไปด้วยโดยวิธีการทางแพทย์ เพื่อเป็นการพักผ่อนและผ่อนคลายทางร่างกายและสภาพจิตใจ

9. ธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition :MICE หรือ ไมซ์) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการการจัด

ประชุมแก่กลุ่ม หรือ กลุ่มบริษัท หรือ สมาคมที่ต้องการจัดประชุม มีวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด ธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้พนักงานบริษัทเป็นการตอบแทนความสำเร็จที่เป็นไปตามเป้าหมายที่ทางองค์กรได้กำหนดไว้ โดยบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดหรือส่วนหนึ่ง ผู้ประกอบการในธุรกิจการจัดนิทรรศการ ได้แก่ ผู้จัดการการประชุมมืออาชีพ ผู้จัดการแสดงสินค้ามืออาชีพ ศูนย์ประชุม โรงแรมที่จัดประชุม ผู้รับเหมาในการออกแบบ ตกแต่งและติดตั้งระบบต่างๆ เช่น ระบบเสียง ระบบการสื่อสาร เป็นต้น ผู้ดำเนินการขนส่งสินค้าและผู้ประกอบการด้านคมนาคมขนส่ง เช่น สายการบิน รถเช่า รถแท็กซี่ เป็นต้น ธุรกิจที่กล่าวในข้างต้นมีความสัมพันธ์กันกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อมุ่งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและคนเดินทาง ดังภาพประกอบที่ 8.(ราณี อธิชัยกุล และ คณะ, 2554)



ภาพประกอบ 8 ประเภทของธุรกิจในอุตสาหกรรม

ที่มา: ราณี อธิชัยกุล และ คณะ, 2554

การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว

1. องค์ประกอบของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการนำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมาผสมผสานรวมกันเป็นการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ทรัพยากรที่นำมาประกอบกันมีดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ได้แก่ สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดต้องการที่จะเดินทางมาเที่ยว ทั้งในรูปแบบของ ธรรมชาติสวยงาม น่าสนใจ เทศกาลสำคัญ กิจกรรมพิเศษ ประเพณีที่สนใจ รวมไปถึงสินค้าที่ระลึก การบันเทิงเริงรมย์

1.2 ที่พัก (Accommodation) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ธุรกิจที่พักแรมมีหลายระดับและหลายประเภท ยังมีลักษณะในการให้บริการที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบสามารถจัดสรรให้เหมาะสมกับลูกค้า

1.3 การคมนาคมขนส่ง (Transportation) ได้แก่ การคมนาคมในประเทศและต่างประเทศ ทั้งในทางน้ำ ทางบกหรือทางอากาศ จะต้องมีความสะดวก สบาย ปลอดภัยและประหยัด

1.4 อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages) เป็นสิ่งสำคัญ สำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการมีสถานที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย มีบริการที่สุภาพ มีโอกาสเลือกได้และราคาของอาหาร ทำให้ลูกค้าประทับใจในการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

1.5 สินค้าที่ระลึก (Souvenirs) เป็นส่วนในการช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบมากขึ้น สินค้าที่ระลึกจะต้องมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ วัสดุและแรงงานของท้องถิ่น สะดวกในการพกพา มีราคาเหมาะสม มีคุณภาพที่ดี

1.6 บริการอื่นๆ ได้แก่ การบริการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำเอกสารในการเดินทาง การแลกเงิน การทำประกันภัย เป็นต้น

2. การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

การจัดตั้งเชิงธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการต้องเตรียมการ 3 ประการ (ธเนศ ศรีสถิต 2545:307) คือ

2.1 เงินทุน ผู้ประกอบการจะต้องมีเงินทุนของตนเองและเครือข่ายหรือจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน เงินทุนจะเยอะหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจที่จะดำเนินการ ประเภทของเงินทุน แบ่งออกได้ 3 ส่วน ดังนี้

2.1.1 งบการลงทุนเป็นค่าซื้อ / ค่าที่ดิน การก่อสร้างอาคาร การตกแต่ง รวมไปถึงการติดตั้งอุปกรณ์ภายในที่จำเป็น

2.1.2 งบการบริการ ได้แก่ ค่าตอบแทน ค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายภายในสำนักงาน (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าวัสดุสำนักงาน ค่าดูแลสถานที่ ฯ)

2.1.3 งบการดำเนินการ ได้แก่ ค่าโฆษณา ค่าสินค้าและบริการ ค่านายหน้าและค่าเสื่อมราคา

2.2. การเลือกทำเลที่ตั้ง สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ คือ การเลือกทำเลที่ตั้งในการทำธุรกิจ ย่านในการทำธุรกิจที่จะสามารถทำให้เกิดโอกาสในการพบเจอคนจำนวนมาก ซึ่งการอยู่ในย่านดังกล่าวก็มีข้อเสียเช่นเดียวกัน นั่นคือ มีราคาสูง มีปัญหาในการสัญจรและที่จอดรถ การตั้งบริษัทหน้าเที่ยวในเขตนอกธุรกิจมักจะพบข้อด้วยคือการอยู่นอกสายตาของคนหมู่มากแต่ข้อดีคือบในการลงทุนต่ำ การเลือกทำเลที่ตั้งควรให้อยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อส่งเสริมกันและกัน

2.3 การสรรหาบุคลากร โครงสร้างขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ การมีบุคคลกรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่เหมาะสม โดยทั่วไปบริษัทหน้าเที่ยวมีมาตรฐานการแบ่งงานเป็น 4 ฝ่าย ดังนี้

2.3.1 ฝ่ายบริหารทั่วไป

2.3.2 ฝ่ายบัญชีและการเงิน

2.3.3 ฝ่ายขายและการตลาด

2.3.4 ฝ่ายปฏิบัติการ

จากแนวคิดที่กล่าวข้างต้น การเกิดแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายรูปแบบ หลายโอกาสในการท่องเที่ยว และ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายธุรกิจมารวมกันที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยเลือกศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้ควบคุมถึงเนื้อหาและยังเป็นประโยชน์ต่อการสกัดคุณลักษณะในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง

แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

(A. Parasuraman, Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., 1998)กล่าวว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Service Quality Satisfaction) เป็นปัจจัยที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการเป็นหลักพื้นฐาน เพราะองค์กรธุรกิจท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว หรือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการในแบบทั่วไป ต้องมุ่งเน้นการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญและการจัดการที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคล นักท่องเที่ยว นักเดินทาง ลูกค้า ผู้บริโภค หรือผู้รับบริการ เป็นการอำนวยความสะดวกสบาย ความเชื่อถือ เชื่อใจ ไว้วางใจ ความพึงพอใจให้กับ นักท่องเที่ยวและผู้บริโภค การบริการที่มีคุณลักษณะที่มีเพิ่มมากขึ้นจากการรับรู้และความคาดหวังจากผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ด้านคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจเป็นเรื่องคุณค่าในการบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการให้บริการด้วยความเต็มใจ ดูแล เอาใจใส่ อย่างเป็นมิตรที่ดี โดยองค์กรธุรกิจผู้ให้บริการ บริการด้วยคุณภาพที่ดี มีคุณภาพของการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง Melo, Hernandez-Maestro & Munoz-Gallego, (2017)

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพบริการของผู้รับบริการ

(A. Parasuraman, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., 1985, pp. 41 - 50)ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการ เพื่อต้องการค้นคว้า ปัจจัยที่สามารถเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของการบริการในมุมมองของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า 10 ปัจจัย ที่ลูกค้ามักกล่าวถึงคือ

Reliability หมายถึง ความไว้วางใจของคุณลักษณะ หรือ มาตรฐานการบริการตามคำสัญญาที่ให้ไว้เป็นไปอย่างถูกต้องตรงไปตรงมา

Responsiveness หมายถึง การตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค

Competence หมายถึง ความสามารถในการบริการอย่างรอบรู้ เหมาะสมและถูกต้อง

Access หมายถึง การเข้าถึงการบริการได้อย่างง่าย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน

Courtesy หมายถึง การบริการดี มีมารยาทที่ดี สุภาพอ่อนน้อม ให้เกียรติผู้รับบริการ

Communication หมายถึง การสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างแตกฉาน

Credibility หมายถึง ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

Security หมายถึง ความปลอดภัย ชุมใจ ในขณะที่ใช้บริการ

Understanding หมายถึง การเข้าใจผู้รับบริการ

Tangibles หมายถึง ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้จากทางกายภาพของปัจจัยในการบริการ

ในปี ค.ศ. 1988 (A. Parasuraman, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L., 1985) ได้ทำการศึกษาใหม่ โดยมีการนำวิชาสถิติเข้ามาใช้เพิ่มเติมจากเดิม เพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการใช้วัดการรับรู้ด้านคุณภาพของการบริการของนักท่องเที่ยว ผู้บริโภค บุคคลหรือคนทั่วไป ที่เป็นผู้ได้รับการบริการ จากนั้นจึงได้ทำการทดสอบ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่าคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) SERVQUAL สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 องค์ประกอบหลัก (V. A. Zeithaml, Parasuraman, and L. L., Berry, 1990), (Lovelock, 1996), (A. Parasuraman, Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. , 1988), ,Minh, Ha, Matsui (2015) , Mpinganjira (2015) ,Rubogora Felix , (2017) ซึ่งมีความสัมพันธ์ของการเชื่อมโยงกับองค์ประกอบ จากองค์ประกอบเดิมรวมกันอยู่ภายใต้ชื่อ SERVQUAL คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จึงได้มีการกำหนดองค์ประกอบ การวัดคุณภาพในการบริการ ไว้ 5 องค์ประกอบ จาก 10 ปัจจัยทั้งหมด โดยจากผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการ เครื่องมือนี้เรียกว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness) โดยมีรายละเอียด 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่ผู้ได้รับการบริการสามารถคาดเดาได้อย่างชัดเจน เช่น สถานที่ที่ให้บริการมีการบริการอำนวยความสะดวกสบาย เครื่องมือในการใช้บริการ ลักษณะบุคลิกของผู้ให้บริการ

2.ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง บุคลากรผู้ให้บริการมีความสามารถเชี่ยวชาญ ในการปฏิบัติงาน สามารถพึ่งพาได้ บริการได้อย่างเที่ยงตรง

3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการ มีความเต็มใจและพร้อมที่จะให้บริการแก่ผู้ได้รับการบริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ได้รับการบริการได้อย่างท่วงที

4.ความน่าเชื่อถือ (Assurance) หมายถึง บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และอัธยาศัยดี ในการบริการส่งผลให้เกิดความเชื่อถือ

5.การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการ บริการโดยเข้าใจ ใส่ใจ คำนึงถึงลักษณะความแตกต่างตามลักษณะของแต่ละบุคคลเป็นเรื่องสำคัญ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักวิชาการหลายท่านให้ความเห็นตรงกันว่า ความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการ มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว นักเดินทาง ในการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำหรือกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้งและสามารถส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ได้อีกด้วย(V. A. Zeithaml, and Bitner, M. J., 1996) ฉะนั้นแล้วการรับรู้ด้านความพึง

พอใจในคุณภาพการบริการที่ดีคุณค่าในเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ (Olgun, 2014) เพราะเป็นการบริการที่รวดเร็วในการบริการ มีการดูแล เอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ต้องมีคุณภาพประสิทธิภาพ จึงจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้จะเกิดผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลในการบอกต่อ ชื้อซ้ำ กลับมาซื้อใหม่หรือใช้บริการอีกครั้งต่อไป Ladhari, (2015) ฉะนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อให้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของคุณภาพการบริการเป็นเลิศ เพราะคุณภาพด้านการบริการสามารถส่งผลกระทบการสร้างการรับรู้เชิงบวกกับคุณภาพของให้บริการขององค์กร นำไปสู่อารมณ์และความพึงพอใจทั้งของผู้ให้บริการและผู้ได้รับการบริการ จนทำให้เกิดเป็นความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจและส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในครั้งต่อไป

เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ

ขั้นตอนการประเมินคุณภาพการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ (A. Parasuraman, Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., 1998), ทำการสร้างเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการจำแนกได้ 5 ด้าน ตามนี้

1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) เป็นการบริการที่ผู้ได้รับการบริการสามารถจับต้องได้ แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุ หรือบุคคล การติดต่อสื่อสาร ปฏิบัติต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความตั้งใจในการบริการ

2.ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องเป็นไปตามที่เสนอโฆษณา หรือที่กล่าวอ้างเอาไว้ การบริการจะต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและถูกต้อง สม่าเสมอสามารถทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจได้

3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) บุคคลกรที่เป็นผู้ให้บริการจะมีความเต็มใจ และพร้อมที่จะบริการอย่างตั้งใจและทันทั่วทั้งที่ ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็ว

4.การให้ความมั่นใจ (Assurance) การบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ความเข้าใจความสามารถ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ทักษะการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ได้รับการบริการ ทำให้ผู้ที่ได้รับการบริการเกิดความมั่นใจ เชื่อถือ ว่าจะได้รับการบริการที่ดีเลิศ

5.การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) ผู้ให้บริการให้บริการผู้ได้รับการบริการด้วยความเอาใจใส่ ให้ความสนใจและเห็นอกเห็นใจแก่ผู้ได้รับการบริหาร เพื่อเป็นมาตรฐานการวัดคุณภาพการบริการดังกล่าวนี้ เรียกว่า “SERVQUAL”

ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ	ลักษณะภายนอก	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ความมั่นใจได้	การเข้าถึงจิตใจ
ลักษณะทางกายภาพ					
ความน่าเชื่อถือ					
การตอบสนอง					
ความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา ความปลอดภัย					
การเข้าถึงการบริการ การสื่อสาร ความเข้าใจ					

ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL และปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ

ที่มา: A. Parasuraman, Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., 1998

ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ จึงนำคุณลักษณะทั้ง 5 คุณลักษณะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการในการทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพงานบริการในการศึกษาปัจจัยตัวที่สามารถตัดสินระดับคุณภาพของการบริการในมุมมองของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งได้คุณลักษณะหรือ ปัจจัย 5 คุณลักษณะคือ 1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2.ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ 3.การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4.ความน่าเชื่อถือ 5. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ เพื่อเป็นแนวทางและขอบเขตของคุณลักษณะคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงประสงค์และทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ เพื่อเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและนำไปสู่คุณลักษณะด้านอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากคุณลักษณะข้างต้น

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นเป็นธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ตามรายละเอียดดังนี้

(ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2558)ธุรกิจของอุตสาหกรรมเรือสำราญ มีมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ โรมัน และกรีก ในยุคนั้นเป็นการเดินเรือเพื่อการขนส่งสินค้า และได้มีการพัฒนาและปรับปรุงจนมาในช่วงของปลายศตวรรษที่ 20 เกิดจากการบุกเบิกการเดินทางเรือสำราญของบริษัท P&O และ Cunard โดยสายการเดินทางเรือหลักคือ สายของเรือCarnival Corporation, Royal Caribbean International หรือ Star Cruises จากนั้นได้ควบกิจการ โดยมีสายการเดินทางเรือ เช่น Princess, Costa, Cunard, P&O, AIDA, Seabourn, Holland America Line เป็นส่วนหนึ่งของบริษัทเรือสำราญCarnival Corporation และเป็นสายการเดินทางเรือที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีสัดส่วนร้อยละ 50 ของอุตสาหกรรมเรือสำราญ ซึ่งบริษัทเรือสำราญมีหลากหลายบริษัทเพิ่มมากขึ้น และมีขนาดของเรือที่ต่างกันไป ตามเส้นทางการเดินเรือและตลาดที่รองรับ ขณะที่สายการเดินทางเรือของบริษัท Royal Caribbean International ได้ควบรวมกิจการกับสายการเดินทางเรือกับบริษัทCelebrity Cruise จึงเป็นสายการเดินทางเรืออันดับที่ 2 ของโลกมีสัดส่วน 1 ใน 4 ของอุตสาหกรรม และในส่วนของสายการเดินทางเรือของบริษัท Star Cruisesได้ควบรวมกิจการกับบริษัท Norwegian Cruise Lineและอยู่ในอันดับ 3 ของอุตสาหกรรมการเดินทางเรือ ทำให้ธุรกิจการเดินทางเรือสำราญมีแต่สายเดินทางเรือหลักเหล่านี้ ในส่วนของสายเดินทางเรือขนาดเล็กมีสายการเดินทางเรืออย่างเช่น Silver Sea, Sea Dream, Hapag-Lloyd

เรือสำราญ Cruise ships เป็นเรือโดยสารขนาดใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งแตกต่างจากเรือโดยสารขนาดใหญ่อย่าง Ocean liner ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการขนส่งสินค้า ลักษณะในการเดินทางเรือสำราญจะเป็นการท่องเที่ยวแบบ ทัวร์ 1-3 วัน การทัวร์โดยเรือสำราญจะเป็นการแวะตามจุดหมายเรือในของแต่ละประเทศ นั่นคือการท่องเที่ยวในรูปแบบ “shore excursions” ซึ่งการเดินทาง หรือ ล่องเรือสำราญไปในหลายเส้นทาง ขึ้นอยู่กับระยะเวลา ฤดูกาล และความชื่นชอบส่วนบุคคล ให้ความสำคัญกับการบริการ ความปลอดภัยและกิจกรรมบนเรือและบนฝั่ง ลักษณะเฉพาะของธุรกิจเรือสำราญ คือ การผสมผสานระหว่างธุรกิจที่พักและการคมนาคมขนส่ง โดยกิจกรรมบนเรือจะมีทั้งกิจกรรมที่มีสาระและความบันเทิง เพื่อได้ทำกิจกรรมระหว่างเดินทางล่องเรือได้อย่างเพลิดเพลิน โดยมีบริการพื้นฐาน คือ ห้องอาหาร การแสดง กาสีโน สปา ร้านอาหาร ภัตตาคาร และสระว่ายน้ำ เป็นต้น อาจจะมีบริการเสริมอื่นๆ รวมด้วยขึ้นอยู่กับ

ประเภทของเรือและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและมีการพักตามท่าเรือต่างๆ ซึ่งเป็นจุดที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้ได้มีการตัดสินใจในการล่องเรือสำราญ

ขนาดของเรือสำราญ



ภาพประกอบ 10 ประกอบขนาดของเรือสำราญ

ที่มา: Fodor's Travel

เรือสำราญมีหลากหลายขนาดและมีความคล้ายคลึงกัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบภายในของเรือสำราญหรือการใช้งาน ซึ่งขนาดของเรือมีความสำคัญมากในการเดินทางเป็นการบ่งบอกถึงกิจกรรม ความบันเทิงภายในเรือสำราญ ห้องอาหาร ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การรองรับผู้โดยสารและความปลอดภัย ดังนั้นการเลือกใช้บริการเรือสำราญที่เหมาะสมกับการพักผ่อนถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ควรพิจารณาสไตล์และความสิ่งทีคาดหวังว่าจะได้รับการพักผ่อนในการท่องเที่ยวเรือสำราญ ซึ่งโดยทั่วไปเรือสำราญสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่(Fodor's Travel)

1. เรือสำราญขนาดใหญ่ (Large Ships) โดยปกติเรือสำราญขนาดใหญ่จะมีพื้นที่ขนาดกว้าง สามารถบรรจุผู้โดยสาร 1,800 - 4,500+ คน มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย มีห้องพักในรูปแบบบริสอร์ท มีกิจกรรมและความบันเทิงภายในเรือแบบเต็มรูปแบบ เช่น สระว่ายน้ำ คาสิโน ห้องสรรพสินค้า สวนสนุกสำหรับเด็ก ในส่วนของห้องอาหารมีความหลากหลายให้เลือกรับประทาน เช่น ห้องอาหารจีน ห้องอาหารอิตาเลียน เส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเป็นเส้นทางที่ดี ได้พักจอดท่าเรือที่ได้รับความนิยม

2. เรือสำราญขนาดกลาง (Midsize Ships) สำหรับเรือสำราญขนาดกลางเป็นที่นิยมมาก สามารถบรรจุผู้โดยสาร 400 – 1,700 คน บรรยากาศของเรือขนาดกลางมีความผสมผสาน

ระหว่างเรือขนาดใหญ่และขนาดเล็กรวมกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายกับเรือขนาดใหญ่ ความบันเทิงและกิจกรรมภายในเรือ เช่น คาสิโน สปา และโชว์ต่างๆ เส้นทางท่องเที่ยวเป็นเส้นทางที่เพียงพอและครอบคลุมในทุกที่ของจุดแวะพัก การให้บริการห้องอาหารจะเป็นในรูปแบบลักษณะห้องอาหารพิเศษ ไม่มีความหลากหลายเท่าเรือขนาดใหญ่

3. เรือสำราญขนาดเล็ก (Small Ships) เรือสำราญขนาดเล็กเป็นขนาดที่กะทัดรัดที่สามารถเดินทางในเส้นทางเดินทางเรือได้ดีและสะดวกสบายในการจอดท่าเรือหรือจุดแวะพัก เรือสามารถบรรจุผู้โดยสาร 70 - 350 คน ห้องพักจะเป็นขนาดพอดีใช้สอย มีห้องอาหารให้บริการ 1 - 2 ห้อง เส้นทางท่องเที่ยวจะเป็นการแวะพักจุดที่เป็นเส้นทางโดยตรง กิจกรรมและความบันเทิงจะมีขนาดเล็ก

รูปแบบการท่องเที่ยวทางเรือ

รูปแบบการท่องเที่ยวทางเรือ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มชื่นชอบเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบแปลกใหม่ การผจญภัย และการชื่นชมธรรมชาติ ธุรกิจการท่องเที่ยวทางเรือจึงสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย แบ่งประเภทของเรือสำราญ ดังนี้ (เรือสำราญ, 2560)

1. World Cruise

การเดินทางประเภทนี้ เป็นการท่องเที่ยวรอบโลก เป็นการพักผ่อนสำหรับผู้ที่มีเวลาและความสามารถที่จะมีกำลังจ่ายในจำนวนที่มาก การบริการจะเป็นแบบส่วนตัว ชั้นหนึ่ง อาหารอย่างดี ค่าใช้จ่ายของการเดินทางประเภทนี้จะตกอยู่ประมาณ 1 ล้านบาท ถึง 6 ล้านบาท เป็นราคาสำหรับการเดินทางด้วยเรือ Queen Elizabeth 2 ด้วยเหตุที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงมาก ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวทางเรือรูปแบบนี้ค่อนข้างจำกัด

2. Theme Cruise / Special-interest Cruise

การเดินทางในรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการต่างๆ พยายามที่จะมีการสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นความสนใจเฉพาะ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป แบ่งได้เป็นหลายประเภท ได้แก่

- เพื่อการพักผ่อน เช่น กีฬา เกมส์
- เพื่อความบันเทิง เช่น การเล่นเกมดนตรี โอเปร่า การแสดงละครและภาพยนตร์
- เพื่อการศึกษา
- เพื่อมุ่งเน้นด้านสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย

- เพื่อมุ่งเน้นกิจกรรมที่เป็นงานอดิเรก

นอกจากนี้ยังมีอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งบางบริษัทที่ขนาดเล็กจะมีกิจกรรมเดินทางเพื่อการผจญภัย และเป็นแบบวิชาการเสริมสร้างความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักวิชาการ หรือนักเรียน นักศึกษา เพื่อที่จะศึกษาประวัติศาสตร์ สัตววิทยา พฤกษศาสตร์ โบราณคดี มนุษยวิทยา เป็นต้น

3. Freighter Cruise

คือ เรือบรรทุกสินค้า บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการหนีจากความวุ่นวายของเส้นทางเดินเรือโดยทั่วไป แต่จะมีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะหากนักท่องเที่ยวมีเป็นจำนวนมากเกินไป จะต้องมีการจัดแพทย์ประจำเรือส่วนมากจะไม่เกิน 12 คนเท่านั้น ส่วนลักษณะของที่พักที่จัดไว้สำหรับบริการ จะมีลักษณะที่คล้ายกับเรือสำราญทั่วไป ส่วนในเรื่องของราคานั้น จะอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือความบันเทิงต่างๆ จะจัดให้เท่าที่สามารถทำได้ เพราะจุดประสงค์เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญภัย ดังนั้นจะไม่เน้นความสะดวกสบายเท่าใดนัก

4. River Cruise

สำหรับเรือประเภทนี้ก็มีลักษณะทั่วไปที่คล้ายกับเรือที่กล่าวมาข้างต้น นั่นคือจะเป็นการนำนักท่องเที่ยวชมบรรยากาศของเรือที่กำลังแล่นผ่านเส้นทางน้ำต่างๆ ที่ต่างๆ ระหว่างการเดินทางบรรยากาศจะเงียบสงบ ไม่มีสิ่งรบกวน

5. Yacht Charter

การเดินทางด้วยเรือยอร์ช เป็นเรือที่ไว้สำหรับให้นักท่องเที่ยวเช่าเพื่อเดินทางท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 ประเภทด้วยกัน

ประเภทที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เช่าเรือจะเป็นกำหนดเส้นทางเดินเรือด้วยตนเอง ไม่มีลูกเรือประจำบนเรือ นักท่องเที่ยวเคยเป็นลูกเรือหรือทหารเรือมาก่อน

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวจะเช่าเพื่อเดินทางเป็นกลุ่ม และเลือกเส้นทางเดินเรือด้วยตนเองแต่จะมีลูกเรือไปด้วยเพื่อทำหน้าที่บนเรือ

6. Point-to-Point Crossing

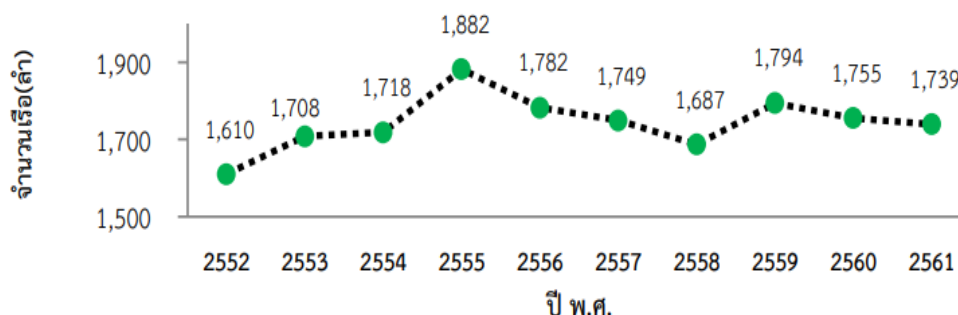
คือ เรือข้ามฟากบริการให้กับนักเดินทางที่ต้องการเดินทางระยะไกล แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินก็มีความสะดวกและรวดเร็วกว่าการเดินทางทางเรือ แต่ข้อได้เปรียบของเรือก็มีเช่นกัน นั่นคือ

- เป็นการตอบสนองแก่นักเดินทางที่ไม่ต้องการเดินทางด้วยเครื่องบิน
- ผู้โดยสารสามารถขนสัมภาระได้เยอะกว่าทางเครื่องบิน

- ถ้านักเดินทางมีสิ่งของที่มีขนาดใหญ่ การเดินทางทางทะเลระยะไกล สิ่งสำคัญคือนักท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนเรื่องเวลาด้วย เนื่องจากการเดินทางอาจล่าช้ากว่ากำหนดได้

- ข้อได้เปรียบในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ประหยัด

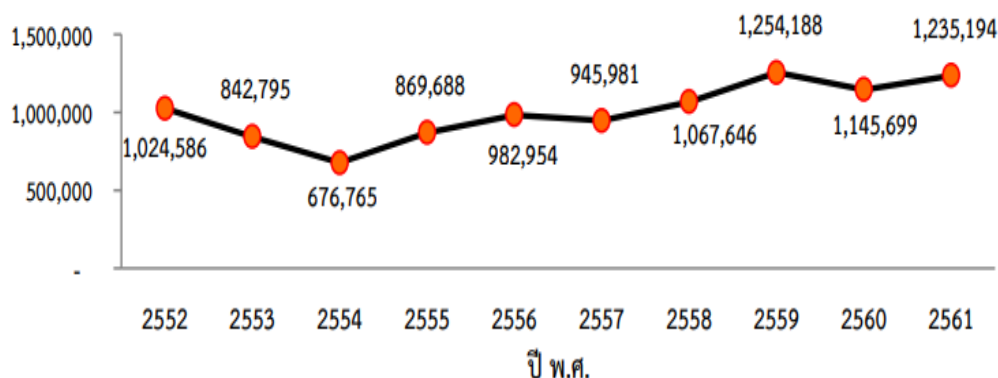
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเรือสำราญในประเทศไทยมีมานานกว่า 30 ปี ซึ่งเป็นการให้บริการด้านเรือสำราญขนาดเล็ก บริการนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยว จำนวนเรือสำราญในแต่ละฤดูกาลมีจำนวนไม่มาก ส่วนใหญ่มีลักษณะเรือรอบโลก มีสายการบินเรือของ Star Cruises นำเรือนักท่องเที่ยวเรือสำราญมาแวะพักยังท่าเรือประเทศไทย การล่องเรือในเส้นทางหลักคือท่าเรือภูเก็ตในช่วงก่อนปี ค.ศ.2000 และท่าเรือเกาะสมุย และแหลมฉบัง ต่อมาในเวลาเดียวกันสายการบินเรืออื่นๆ เริ่มกำหนดเส้นทางเดินเรือไปยังท่าเรือในแถบเอเชียมากขึ้น การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญเริ่มเติบโตหลังจากมีการเดินเรือสายหลักเข้ามาวิ่งในเอเชียและเจาะกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคเอเชียอีกทั้งเรือสำราญมีให้บริการตลอดทั้งปี จำนวนนักท่องเที่ยวและเรือสำราญจึงเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยมีท่าเรือหลักให้บริการเรือสำราญทั้งสายการบินเรือในภูมิภาคและนานาชาติ ท่าเรือหลักที่ให้บริการ เช่น ภูเก็ต เกาะสมุย แหลมฉบัง คลองเตย เป็นต้น ต่อมาการเดินทางในประเทศไทยมีมากขึ้น เกิดจากการขนส่งสินค้า การคมนาคม สัญจร หรือเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในแม่น้ำลำคลองขนาดเล็ก ใหญ่ และทางทะเล ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่ง รวมไปถึงธุรกิจการท่องเที่ยวทางน้ำด้วย รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว จึงส่งเสริมการ สนับสนุน ท่องเที่ยวทางน้ำทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการขยายตัวของกิจการการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้เกิดธุรกิจ และ ท่าเรือเพิ่มมากขึ้นในทุกภาคส่วนของประเทศ (ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2558)



ภาพประกอบ 11 กราฟแสดงจำนวนเรือ(ลำ) ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำในประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562(ข้อมูลปีพ.ศ. 2552 - 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

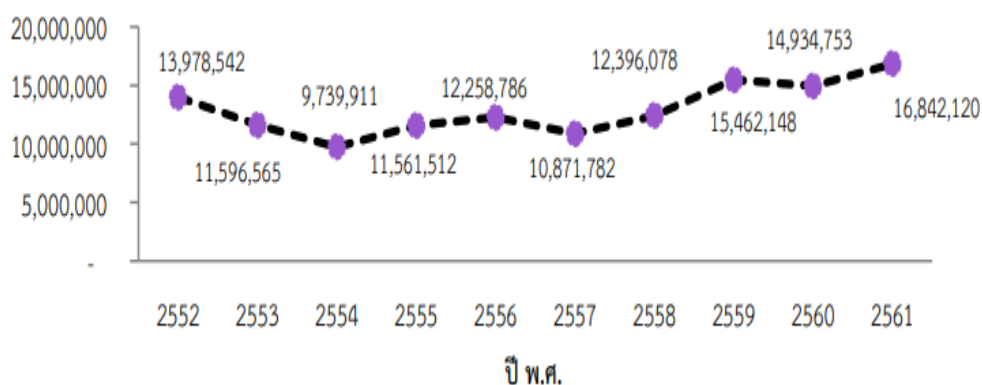
จากกราฟข้างต้น เป็นตัวเลขแสดงจำนวนเรือ(ลำ)ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณแม่น้ำ แสดงให้เห็นถึงจำนวนเรือ บริเวณแม่น้ำที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกปี ในแต่ละภูมิภาค จังหวัดมีจำนวนเรือที่เพิ่มขึ้น หมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ



ภาพประกอบ 12 กราฟแสดงจำนวนเที่ยวเรือ (เที่ยว/ปี)ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว บริเวณแม่น้ำในประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

กราฟข้างต้น แสดงให้เห็นถึงจำนวนเที่ยวเรือ (เที่ยว/ปี)ของเรือท่องเที่ยวที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นในทุกปี ตั้งแต่ปี 2552 จำนวนเที่ยวเรือ 1,024,586 เที่ยว ปี2553 มีจำนวนเที่ยวเรือ 842,795 เที่ยว ปี2554 มีจำนวนเที่ยวเรือ 676,765 เที่ยว ปี 2555 มีจำนวนเที่ยวเรือ 869,688 เที่ยว ปี2556 มีจำนวนเที่ยวเรือ 982,954เที่ยว และในปี 2557 – 2561 มีจำนวนเที่ยวเรือ 945,981 1,067,646 1,254,188 1,145,699 และ1,235,194เที่ยวตามลำดับ นั้นหมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวในทุกปี มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง(กรมเจ้าท่า, 2562)



ภาพประกอบ 13 กราฟแสดงจำนวนผู้โดยสาร(คน/ปี) ของเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว บริเวณแม่น้ำของประเทศไทย ปีงบประมาณ 2553 – 2562 (ข้อมูลปี 2552- 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของเรือโดยสารบริเวณแม่น้ำ มีนักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งตัวเลขของจำนวนนักท่องเที่ยวสามารถทำให้เห็นจำนวนรายได้ที่หมุนเวียนเป็นอย่างมาก

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะลงไปที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเรือสำราญ ซึ่งมีรูปแบบที่คล้ายกันกับเรือสำราญขนาดใหญ่ แต่มีเส้นทางการเดินเรือที่แตกต่างกัน ซึ่งเรือสำราญขนาดใหญ่เป็นการเดินเรือในทะเล มหาสมุทร มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร แต่ธุรกิจการเดินเรือที่จะกล่าวถึงเป็นธุรกิจการเดินเรือในแม่น้ำโขง มีลักษณะการให้บริการที่คล้ายกันกับเรือขนาดใหญ่ มีเส้นทางการเดินเรือในแถบแม่น้ำโขงทางภาคเหนือของประเทศไทย แม่น้ำโขงไหลผ่านบริเวณที่ราบสูงทางทิศตะวันออกตอนเหนือและบริเวณมณฑลชิงไห่ของประเทศจีน ซึ่งไหลผ่านภูเขาและที่ราบสูงในประเทศจีน ผ่านมณฑลยูนนานเข้าสู่ประเทศลาว ประเทศพม่า เริ่มไหลผ่านประเทศไทย บริเวณสบรวก สามเหลี่ยมทองคำ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย และไหลไปทางทิศตะวันออกผ่านอำเภอเชียงของ ก่อนไหลเข้าประเทศลาวที่แก่งผาได อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย นับเป็นจุดสุดท้ายของแม่น้ำโขงที่ผ่านดินแดนภาคเหนือของไทย รวมความยาวช่วงที่ไหลผ่านพรมแดนกัน ไทย-ลาว ที่จังหวัดเชียงราย(แนวหน้า, 2563, 26 กรกฎาคม) เป็นระยะทางประมาณ 180 กิโลเมตร ก่อนที่จะไหลวกกลับสู่เขตดินแดนไทยอีกครั้งในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุบลราชธานี เป็นพรมแดนกันระหว่างไทย-ลาว ผ่านดินแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย รวมความยาวช่วงที่

ไหลผ่านพรมแดนกันไทย-ลาว เป็นระยะทางประมาณ 800 กิโลเมตร ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวเรือสำราญนี้ จะมีเส้นทางการเดินเรือหลัก 3 เส้นทาง โดยผ่านเส้นทาง R3A เป็นเส้นทางการเดินเรือที่ผ่านประเทศไทย – ลาว – จีน (FTA Watch กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน, 2557)



ภาพประกอบ 14 แผนที่เส้นทางR3A

ที่มา: FTA Watch กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน, 2557

เส้นทาง R3A (Road 3 Asia) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่าง จีน - สปป.ลาว - ไทย เป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) ภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เป็นเส้นทางคมนาคมเชื่อมการขนส่งทางบกระหว่าง นครคุนหมิง มณฑลยูนนานของจีนกับ กรุงเทพมหานครของไทย ผ่านสามประเทศคือ จีน - สปป.ลาว - ไทย เชื่อมจาก คุนหมิง – สปป.ลาว (บ่อเต็น หลวงน้ำทา ห้วยน้ำทราย) – เชียงราย – กรุงเทพฯ รวมระยะทางกว่า 1,800 กิโลเมตร ความสะดวกในการเดินทางส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น(บุษบา สิทธิการ และคณะ, 2559 : น.2)

เส้นทางการท่องเที่ยวในแม่น้ำโขงมีดังนี้

1. ล่องเรือเชียงของ – หลวงพระบาง (สปป.ลาว)

ล่องเรือชมริมฝั่งแม่น้ำโขง ทิวทัศน์เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และวิถีชีวิตของชาวบ้าน จากจุดท่าเรือบัก ท่าเรือริมฝั่งแม่น้ำโขงระหว่างไทย-ลาว สามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยทางเรือไปถึงหลวงพระบาง - เวียงจันทน์ สปป. ลาว และกลับเข้าประเทศไทยที่จังหวัดหนองคายหรือเดินทางโดยทางรถ หรือ เรือจากท่าเรือห้วยทรายเข้าไปยังเมืองบ่อแก้วและเมืองอื่นๆ (louangprabang, 2550)

เส้นทางการเดินเรือ: เชียงของ:ห้วยทราย: ปากแบ่ง: หลวงพระบาง (ไทย – ลาว)
ตารางการเดินทางเรือ: เรือออกเดินทาง เวลา 06:00 – 18:00 น. ใช้เวลา 6 - 7 ชั่วโมง
ราคา : 5,500 - 12,000 บาท (ขึ้นอยู่กับจำนวนคน)

2. ล่องเรือเชียงของ – สิบสองปันนา

(cosmenet.in.th, 2558) ล่องเรือทางแม่น้ำโขง (อำเภอเชียงของ) มุ่งหน้าไปสู่เมืองเชียงรุ่ง ซึ่งเป็นเมืองหลวงของสิบสองปันนา ประเทศจีน ระยะทาง 413 กิโลเมตร โดยใช้เวลาประมาณ 12 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับกระแสน้ำในแม่น้ำโขง ดินแดนสิบสองปันนาเป็นการทัวร์ชมวัฒนธรรมและชมธรรมชาติ ตารางในการเดินเรือและวันจะขึ้นอยู่กับบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ โดยปกติจะมีเส้นทางและเวลาดังนี้

เส้นทางการเดินเรือ: เชียงแสน:เชียงรุ่ง:บ่อเต็น:ห้วยทราย:เชียงของ (ไทย:ลาว:จีน) ตารางการเดินทางเรือ: ทางจากเชียงของ-สิบสองปันนา เรือจะออกทุกวัน จันทร์-พุธ-ศุกร์ เวลา 05:00 น. – 18:00 น.

ราคา : 5,700 - 13,000 (ขึ้นอยู่กับจำนวนคน)

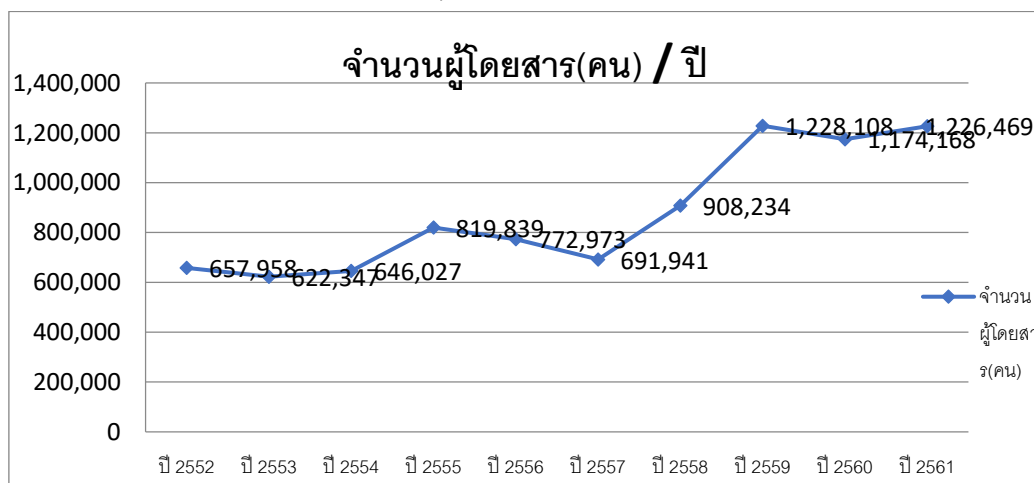
3. ล่องเรือแม่น้ำโขง เชียงแสน-สามเหลี่ยมทองคำ-เมียนมาร์-สปป.ลาว

ล่องเรือสำราญชมวิวดงฝั่งโขง ชมอารยธรรมความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชาวฝั่งโขง ทั้ง ประเทศไทย-เมียนมาร์-สปป.ลาว ชมหมู่บ้านกลุ่มเรือประมงและซื้อปลาแม่น้ำโขง ผ่านสามเหลี่ยมทองคำและพระนวลันตื้อ ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนชาวไทย-เมียนมาร์-ลาว ของสองฝั่งโขง แวะเกาะดอนขาว (tourismchiangrai)

ตารางการเดินทางเรือ เรือออก 2 เที่ยว เวลาดังนี้ 9:00 โมงขึ้นไป ราคาขึ้นอยู่กับสถานที่ที่ไป โดยประมาณ 299 – 600 บาท

การท่องเที่ยวโดยเรือสำราญสามารถรองรับผู้โดยสารได้ถึง 70 - 600 ที่นั่ง เรือสำราญที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในลุ่มแม่น้ำโขงมีสัญชาติจีนและสัญชาติไทยที่สัญจรให้บริการเพื่อการ

ท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางจะผ่านร่องน้ำหรือจุดสถานที่ที่น่าสนใจ แหล่งท่องเที่ยว ในแม่น้ำโขงที่เป็นประวัติศาสตร์ แหล่งวัฒนธรรม และจุดที่สวยงามของหินงอก



ภาพประกอบ 15 กราฟแสดงจำนวนผู้โดยสาร (คน/ปี) ของเรือโดยสาร/ท่องเที่ยวบริเวณแม่น้ำจังหวัดเชียงราย ปีงบประมาณ 2553 - 2562 (ข้อมูลปี 2552 - 2561)

ที่มา: กรมเจ้าท่า, 2562

มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ให้ความสนใจมาใช้บริการ โดยในปี 2552 มีจำนวนผู้โดยสาร 657,958 คน ปี 2553 จำนวนผู้โดยสาร 622,347 คน ปี 2554 จำนวนผู้โดยสาร 646,027 คน ปี 2555 มีจำนวนผู้โดยสาร 819,839 คน ปี 2556 มีจำนวนผู้โดยสาร 772,973 คน และในปี 2557-2561 มีจำนวนผู้โดยสาร 691,941 คน 908,234 คน 1,228,108 คน 1,174,168 คน และ 1,226,469 คน ตามลำดับ ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อในหลายด้าน เช่น การศึกษา การเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ กิจกรรมที่เป็นงานอดิเรกหรือการสันทนาการ พักผ่อน นอกจากนี้เรือสำราญยังสามารถให้บริการความสะดวกด้านอื่น เช่น ห้องอาหาร งานเลี้ยงสังสรรค์ การจัดงานมงคล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือความบันเทิงต่างๆ จะจัดให้เท่าที่สามารถทำได้ เพราะจุดประสงค์ก็เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการผจญภัย จะไม่เน้นความสะดวกสบายเท่าใดนัก ด้านอาหารหรือของรับประทานเล่น อาหารจะมีหลากหลายรูปแบบในการให้บริการ เช่น อาหารไทย อาหารท้องถิ่นและ อาหารจีน

แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์(Demographic)

ในการวิจัยในครั้งนี้จะต้องศึกษาด้านประชากรศาสตร์ เนื่องจากลักษณะความชอบและทัศนคติ การให้ความสำคัญในการใช้บริการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ ที่อยู่อาศัย ชีพแผน และเฉลี่ย กกล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติ รายได้ อาชีพ สถานภาพ ขนาดครอบครัว และตำแหน่งที่อยู่อาศัย โดยเกณฑ์ต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่บ่งชี้ได้ง่ายจากการถามตอบหรือการสังเกต นักการตลาดสามารถแบ่งประเภทของผู้บริโภคได้เป็นระเบียบและชัดเจนขึ้นจากการใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น แบ่งตามกลุ่มอายุ หรือกลุ่มรายได้ (Leon G. Schiffman 2004)

การศึกษาวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเข้าเห็ดเห็ดสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพื่อแบ่งผู้บริโภคให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้ (นภวรรณ คณานุรักษ์, 2556)

1. เพศ (Sex) เป็นการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ผลลัพธ์ที่บางประเภทมีความชัดเจนที่จะแบ่งส่วนตลาดตามเพศหญิงหรือเพศชายเช่น ผลลัพธ์เครื่องสำอางหรือผลลัพธ์กำจัดหนวดขน (นภวรรณ คณานุรักษ์ 2556)

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่แบ่งส่วนตลาดได้อย่างง่าย เนื่องจากอายุสามารถบ่งบอกได้ถึงความต้องการและความสนใจในสินค้าต่างๆ และการคาดการณ์ในการออม การใช้จ่าย เช่น บริษัทผู้ผลิตขนมเยลลี่ Heinz เข้าใจในปัญหาการบริโภคขนมเยลลี่ของเด็กจึงได้แนะนำบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับผู้ที่มีอายุน้อยที่เรียกว่า EZ Squirt Ketchup เป็นแพ็คเกจที่ออกแบบมาให้เด็กสามารถบีบได้ง่าย (นภวรรณ คณานุรักษ์ 2556)

3. สถานภาพ (Status) ลักษณะของสถานภาพทางครอบครัวที่เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสนใจในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจำนวนการซื้อ และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนในการใช้สินค้าใดสินค้านี้และยังต้องสนใจในลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538)

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด นักการตลาดให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่ครอบครัวที่มีรายได้น้อย คือตลาดที่มีขนาดใหญ่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538)

5. ภูมิลำเนา (Resident) ภูมิลำเนา หรือถิ่นที่อยู่อาศัยแต่ละที่มีชนชาติที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน นำมาซึ่งความเชื่อ ลักษณะทางการเมือง ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ (Kotler, 2003)

แนวคิดเกี่ยวกับ UX Strategy

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญเป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าหรือบริการของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญเพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับ UX Strategy ซึ่งการวิเคราะห์แบบ UX Strategy สามารถเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้งและยังเป็นเครื่องมือในการวางแผนที่ทำให้เห็นถึงจุดบกพร่องในการดำเนินงานของสินค้าและบริการของธุรกิจเรือสำราญ ดังกล่าวที่ศึกษาในครั้งนี้(Jaime Levy, 2015)

UX Strategy

UX Strategy คือ กระบวนการก่อนที่จะทำการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ซึ่งต้องมีการตรวจสอบกับลูกค้า ผู้ที่มีประสิทธิภาพในการที่จะพิสูจน์ว่าสิ่งที่บริษัทกำลังจะผลิตขึ้นมาเป็นที่ต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคหรือไม่ และยังเป็นการวางแผนในระดับสูง ที่เป็นการวางแผนในรูปแบบ “ภาพใหญ่” เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจบรรลุไปถึงเป้าหมายที่ต้องการ ในความไม่แน่นอนขององค์ประกอบต่างๆ UX Strategy เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างและทำตาม “แผนการ” จะทำให้จากจุดเริ่มต้น A ไปถึงจุด B ที่ต้องการ (เป้าหมาย) ในเวลาอันรวดเร็ว

UX Strategy เหมาะกับใคร

การใช้ UX Strategy เหมาะกับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจ Startup หรือ ผู้ที่ทำการเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อการทำธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ ถึงแม้ว่าจะมีเครื่องมือหรือแนวทางเพื่อช่วยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีเวลาที่จำกัด ไม่สามารถทดลองวิธีการทั้งหมดได้ UX Strategy จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ได้คำตอบเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่ทำอยู่ได้อย่างรวดเร็ว โดยผ่านขั้นตอนที่ง่ายและได้เลือกทำเฉพาะสิ่งที่สำคัญเท่านั้น

องค์ประกอบหลักใหญ่ของ UX Strategy

สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. Business Strategy กลยุทธ์ธุรกิจ คือ สิ่งที่ยังบอกทิศทางของธุรกิจว่าจะเติบโตไปทางทิศไหน คู่แข่งที่ต่อสู้เป็นอย่างไร โดยมีแนวทางบอกว่าธุรกิจจะอยู่ส่วนไหนของตลาด ที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่คาดหวัง

2. Value Innovation คุณค่านวัตกรรม คือ ขั้นตอนที่สามารถหาจุดตรงกลางของธุรกิจระหว่าง คุณค่าที่ลูกค้าได้รับและคุณค่าที่บริษัทได้รับ หากสามารถหาจุดนี้ได้ บริษัทจะมีกำไรเนื่องจากลูกค้าก็ซื้อและการแก้ปัญหาที่บริษัทนำเสนอมาใช้งานได้อย่างแท้จริง

สูตรการหาคุณค่านวัตกรรม

คุณค่าที่ลูกค้า ÷ ผู้ใช้ได้รับ = สิ่งที่ได้รับ - ราคาที่ซื้อ

คุณค่า ÷ กำไรที่ธุรกิจได้รับ = ราคาขาย - ต้นทุน



ภาพประกอบ 16 คุณค่านวัตกรรม

ที่มา: Jaime Levy, 2015

3. Validated User Research คือ เป็นการวิจัยผู้ที่ได้ผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้นแล้ว เพื่อให้ได้ทราบข้อผิดพลาดที่พบได้บ่อยครั้งจากการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ คือ การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานไม่เห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในส่วนของ User Research คือวิธีการที่จะช่วยให้ได้เข้าใจผู้ใช้งานมากขึ้นและมองเห็นภาพว่า สิ่งที่ใช้ หรือ ลูกค้าคิด ตรงกับสิ่งที่สื่อสารออกไปหรือไม่ หากสารมีความผิดแปลกไป จะต้องแก้ไขเพื่อปรับปรุงได้ทันการ ซึ่งมีวิธีศึกษาข้อผิดพลาดหรือการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการจากประสบการณ์ของผู้ใช้ด้วยการ สัมภาษณ์เดี่ยว กลุ่ม การสังเกต วารสารและการบันทึก การติดตาม บุคคลและอื่น

4. Killer UX Design จะไม่เหมือนกันกับ UX Design ในแบบก่อนที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โดยเน้นของผู้ใช้เป็นสำคัญการมีส่วนร่วมและการออกแบบมากกว่าที่จะพัฒนาลูกค้าและการสร้างโมเดลของธุรกิจ จึงทำให้ไม่ประสบความสำเร็จเมื่อออกสู่ตลาด ความแตกต่างระหว่าง UX Designer กับ Killer UX Design คือการเข้าไปทำงานอย่างใกล้ชิดและมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย หรือ ฝ่ายอื่นๆ รวมไปถึงการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจตลาด ต้องทำให้เห็นภาพมุมกว้าง เห็นอุปสรรค โอกาส ที่อาจจะถูกเลือนหายไปถ้าหากทำแต่ในส่วนของ UX Design เพียงอย่างเดียว ตัวอย่างเช่น หาก UX หรือ Flow ในการสมัครสมาชิกของแอปพลิเคชัน เกิดมี ปัญหา จะส่งผลกระทบต่อยอด ผู้ใช้รายใหม่โดยตรง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเพื่อใช้ในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ เลือกศึกษาการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการในการวิจัยในครั้งนี้

มนุษย์จะต้องมีเรื่องให้ต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา แม้กระทั่งเรื่องที่ตัดสินใจไปแล้วยังจะต้องหวนคิดถึงกับการตัดสินใจแต่ละครั้ง มีการตัดสินใจที่ดีหรือไม่อย่างไรและมีเหตุการณ์หรือบริบทใดเข้ามาเกี่ยวข้องในขณะตัดสินใจ การตัดสินใจ คือ การเลือกทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกสองทางหรือมากกว่านั้น (Schiffman, 2007, p.508) เช่นการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ ระหว่างสินค้า A กับสินค้า B การตัดสินใจว่าจะทำกิจกรรม A หรือ B หรือการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าเงินสดหรือเงินผ่อน จะเห็นได้ว่าทุกๆวันของแต่ละบุคคลจะต้องมีการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นนักการตลาดจึงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคและโมเดลของการทำการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจ

จากการพิจารณาผู้บริโภคมักจะต้องมีการตัดสินใจผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการทุกครั้ง เสมอ จึงสามารถแบ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมี 5 ขั้นตอน (Kotler, 2003)

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need arousal)

ขั้นตอนแรกของกระบวนการซื้อ คือ การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ แรงในการกระตุ้นความต้องการ อาจเกิดภายในร่างกายตัวเองหรือเกิดจากนักการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ นักการตลาดเลือกใช้ตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ บางครั้งความต้องการ แรงกระตุ้นต้องมีระยะเวลานานๆ แต่ความต้องการอาจยังไปไม่ถึงระดับที่ทำให้เกิดการกระทำ เช่น เมื่อนักการตลาดปลุกใจให้ลูกค้าซื้อรองเท้าใหม่ๆ ด้วยการดีไซน์หรือเสนอแฟชั่นใหม่ๆ โดยผู้ที่ชื่นชอบการแต่งตัวหรือการโฆษณาสินค้าบ่อยๆพร้อมกับการลดราคาทำให้ลูกค้าที่กำลังประหยัดเงินสนใจซื้อสินค้าด้วย ฉะนั้นนักการตลาดต้องศึกษาและวิจัยเพื่อให้ทราบถึงความต้องการหรือปัญหาของผู้บริโภคที่จะนำไปสู่การซื้อสินค้า

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูล (Information Search)

ผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะพิจารณาหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้อง

หลายๆ ยี่ห้อ นักการตลาดต้องให้ความสนใจถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ผู้บริโภคจะหาข้อมูลต่างๆ และอิทธิพลของแหล่งข้อมูลที่จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

1. ข้อมูลจากบุคคล ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน และผู้ใกล้ชิด ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด

2. ข้อมูลการค้า ได้แก่ การโฆษณา และพนักงานของบริษัท

3. ข้อมูลสาธารณะ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ

4. ข้อมูลทดลอง ได้แก่ ผู้ที่เคยทดลองใช้สินค้านั้นๆ แล้ว

นักการตลาดต้องรู้ต้องให้ความสนใจกับแหล่งข้อมูลที่จะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้าและลักษณะของผู้ซื้อ พบว่าโดยส่วนมากผู้บริโภคจะได้รับข้อมูล ข่าวสาร สื่อโฆษณา จากสินค้าประเภทสบู่ ยา สีสัน แต่ในการซื้อรถยนต์ผู้บริโภคมักจะหาข้อมูลจากการสอบถามผู้ที่เคยใช้มาก่อน ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงสินค้าที่ขายอยู่ว่าลูกค้าจะหาข้อมูลจากแหล่งใด เพื่อจะได้ใช้กำหนดแผนการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ (Pre-purchase Alternative Evaluation)

เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูล ข่าวสาร มาครบถ้วนแล้วจะนำมาใช้ประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้า ด้วยการกำหนดความต้องการของตนเองขึ้นพิจารณาต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ตราสินค้า ที่ได้รับมาจากข้อมูล ทำการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละตราสินค้า และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนตั้งไว้ โดยมีเรื่องความเชื่อ ความเชื่อต่อตราสินค้าหรือบริการและทัศนคติ เข้ามาประกอบการตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ (Purchase decision)

เมื่อดำเนินการผ่านการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะได้สินค้าและตราสินค้าที่ตรงกับสิ่งที่ตั้งใจไว้กับของตนเองมากที่สุดที่จะซื้อ และนี่คือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่จะทำการซื้อจริงๆ อาจมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม (Social factors) ปัจจัยด้านสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (Anticipated situation factors) เช่น ในช่วงเวลาที่ตัดสินใจแล้วไปจนถึงช่วงเวลาที่ซื้อจริงอาจเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ ขึ้น ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ซื้อตกงาน มีผู้เคยใช้มาบอกว่าสินค้านั้นๆ ไม่ดี เป็นต้น ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลใจในการซื้อ ทั้งๆ ที่มีความตั้งใจซื้อแล้ว ดังนั้นนักการตลาดไม่อาจจะเชื่อถือได้เต็ม 100% ว่าการที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อแล้วจะเกิดความตั้งใจซื้อจริงๆ เพราะผู้บริโภคมักจะเกิดการรับรู้ถึงความเสี่ยง (Risk Perception) เกิดขึ้นซึ่งผู้บริโภคมักจะทำการลดความเสี่ยงให้กับตนเอง โดยการ

สอบถามจากผู้ที่เคยใช้หรือเลือกซื้อยี่ห้อที่มีประกันหรือเฉพาะยี่ห้อที่มีคนใช้เป็นจำนวนมากๆ (ไว้วางใจ) ฉะนั้นนักการตลาดต้องพยายามผู้บริโภครับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ให้ความช่วยเหลือแนะนำในการซื้อ และมีการรับประกันการซื้อครั้งนั้นๆ เป็นต้น เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคคลายความรู้สึกเสี่ยงและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior)

ณ ปัจจุบันนักการตลาดไม่ให้ความสำคัญเพราะการซื้อของผู้บริโภคต้องให้ความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมและความรู้สึกหลังการซื้ออีกด้วย เมื่อผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าและเกิดความพอใจก็จะมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป แต่ถ้าตรงข้ามกัน หากใช้แล้วไม่พึงพอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้าหรือบริการและเกิดการเลิกใช้ในที่ที่สุด

ดังนั้นนักการตลาดจะต้องคอยติดตามความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป

จากแนวคิดการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นตอนที่ 4 ในการศึกษาในครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง ให้กับสินค้าและบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

การทำวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย” เป็นการศึกษาเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภคในความสัมพันธ์ที่ต้องการสินค้าหรือบริการ การศึกษาการตัดสินใจ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมเพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภค เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมทำให้ทราบถึงความพึงประสงค์ของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ ซึ่งกระบวนการของการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมมี การวิเคราะห์และกระบวนการดังนี้

(มนตรี พิริ ยะกุล, 2555)การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม(Conjoint Analysis) คือเทคนิคในการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์เพื่อหาคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์(Attribute)และระดับ(Level)เหมาะสมที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ(Harrison, Gillespie, and Fields, 2001) การแยกคุณลักษณะของสินค้าและบริการช่วยทำให้ผู้บริโภคได้เปรียบเทียบหรือระบุการให้คุณค่า การให้ความสำคัญ หรือความต้องการปรับปรุงในเรื่องใดมูลค่าที่ผู้บริโภคประมาณได้นี้ก็คือมูลค่าของอรรถประโยชน์สำหรับคุณลักษณะของสินค้าแต่ละระดับนั่นเอง เช่น ธุรกิจบริการบอปลา เจ้าของกิจการต้องศึกษานักตกปลา ในเรื่องของความต้องการปลาขนาดใด ต้องการตกปลากี่ตัว ต้องการประสบผลสำเร็จในการตกปลามาก

หรือน้อยเพียงใด จำนวนปลาตามขนาดใดที่กฎหมายอนุญาต กำหนดไว้ ค่าใช้จ่ายในการตกปลาที่ยอมรับได้(Hicks, 2002)

กระบวนการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม

กระบวนการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วมมีดังต่อไปนี้

1. การกำหนดคุณลักษณะ(Attribute) และระดับคุณลักษณะ(Attribute Level) การเลือกคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการควรเลือกคุณลักษณะที่สามารถควบคุมและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค อาจสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในตลาดที่แท้จริง(pilot study) การกำหนดคุณลักษณะจะต้องมีการศึกษา 3 แบบ โดยมี 3 วิธีดังนี้ วิธีที่ (1) Traditional conjoint analysis และวิธีที่ (2) Choice-based approach สำหรับสองคุณลักษณะที่มีจำนวนน้อยกว่า 10 คุณลักษณะ ส่วนของวิธีที่ (3) Adaptive conjoint analysis ซึ่งเป็นวิธีที่พัฒนาขึ้นเพื่อกำหนดคุณลักษณะที่มีจำนวนมากขึ้น หรืออาจมีถึง 30 คุณลักษณะ (Kanetkar, 2006)

การกำหนดระดับคุณลักษณะ(Attribute level) การกำหนดระดับควรกำหนดระดับที่สามารถจูงใจ กระตุ้นให้มีการตอบสนอง และมีความครบถ้วน เป็นสิ่งที่เป็นไปได้และสามารถนำมาใช้ได้จริง(Bajaj, 1999) โดยแฮร์และคณะ(Hair et al. 1998) กล่าวว่าควรเรียงลำดับของระดับความเหมาะสมและทุกระดับต้องได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและในแต่ละระดับต้องมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน ไม่ขัดแย้งกันและตรงกับความเป็นจริง เป็นต้น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การกำหนดคุณลักษณะจะต้องมีความเป็นอิสระต่อกันหรืออาจจะมีการเทียบเป็นคู่ ว่าชอบแบบไหนมากกว่ากัน (มนตรีพิริยะกุล, 2555) รูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้ (Malhotra, 2009)

2.1 Pairwise approach คือ การให้ผู้ตอบประเมินชุดคุณลักษณะที่ละคู่จนครบทุกคู่ โดยเรียงลำดับตั้งแต่ชอบมากที่สุดถึงน้อยที่สุดเป็นการง่ายต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แต่ข้อเสียเป็นการจำกัดการประเมินโดยไม่ได้ประเมินภาพรวม(Malhotra, 2009)

2.2 Full-profile approach คือการประเมินชุดคุณลักษณะทั้งหมดพร้อมกันทุกชุดสามารถเปรียบเทียบและประเมินภาพรวม วิธีนี้เหมาะสมกับชุดคุณลักษณะที่มีจำนวนคุณลักษณะจำนวน 4-6 คุณลักษณะ (Gonzalez Calleros Juan Manuel, n.d.)

3. การประมาณความพึงพอใจ การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมเป็นเทคนิคในการวิเคราะห์หลายตัวแปร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อการประมาณความพึงพอใจหรือความชอบในคุณลักษณะของสินค้าและบริการ โดยมี 3 รูปแบบด้วยกัน ดังนี้

3.1 Vector model หรือ linear model หรือแบบเส้นตรง คือการแสดงความพึงประสงค์ในลักษณะของ single linear function มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้ ซึ่งอยู่ในลักษณะของเส้นตรง

3.2 Ideal-point model คือ การแสดงความสัมพันธ์ระดับความพึงประสงค์ในแบบเส้นโค้ง เหมาะกับคุณลักษณะเชิงคุณภาพ ซึ่งแสดงออกมาในรูปเส้นโค้งคว่ำ ในส่วนตรงกลางของเส้นโค้ง(ideal- point) จะมีค่ามากที่สุด และยังเป็นจุดสูงสุดที่แสดงถึงความพึงประสงค์ต่อคุณลักษณะนั้น หรือสามารถแสดงออกมาในรูปของเส้นโค้งหงาย (anti-ideal-point)

3.3 Part - worth model คือ การแสดงความสัมพันธ์ของความพึงประสงค์ที่ง่ายที่สุด เป็นตัวแปรคุณลักษณะที่ไม่สามารถได้รับระดับคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป ความพึงประสงค์สามารถเปลี่ยนแปลงในแบบเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้

4. การวัดผล (Measurement Scale) การวัดความพึงประสงค์ต้องใช้ระดับอันดับ(Rank) หรือการให้คะแนนตามลำดับความพึงประสงค์วิธีการวัดความพึงประสงค์มี 3 วิธี (มนตรี พิริยะกุล , 2555) ดังนี้

4.1 Score based คือ การวัดความพึงประสงค์โดยการให้คะแนน การวัดความพึงประสงค์ด้วยวิธีนี้สามารถวัดได้กับชุดคุณลักษณะที่มีจำนวนมากหรือน้อยก็ได้เช่นกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้คะแนนเท่ากันหมด ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์ข้อมูลได้

4.2 Choice Based คือ การวัดความพึงประสงค์โดยให้ผู้ตอบ ตอบทีละหลายชุดคุณลักษณะและให้ผู้ตอบเลือกได้เพียงชุดเดียวและวนไปจนครบทุกชุด

4.3 Card Based คือ เป็นการวัดความพึงประสงค์ ด้วยการจัดอันดับ(Rank) ผู้ตอบจะต้องเลือกชุดคุณลักษณะที่พึงพอใจ ชอบมากที่สุดเท่านั้น และจัดอันดับความพึงประสงค์ หรือชอบน้อยลงไปตามลำดับ

5. การประมาณค่า (Estimation Procedure) มีทั้งแบบMetric และแบบNon-metric ได้แก่ MONANOVA, PREDMAP, LINMAP, Non-metric Tradeoff, Multiple Regression, LOGIT, PROBIT, Hybrid, TOBIT และDiscrete Choice Self Explicated Additive Models

6. การวิเคราะห์ผลชุดแบบจำลอง (Simulation Analysis) ทำได้หลากหลายวิธีเช่น Maximum Utility (ค่าอรรถประโยชน์สูงสุด) Average Utility (Bradley-Terry-Luce), LOGIT และ PROBIT

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยกำลังสองน้อยสุด (Ordinary Least Square Regression: OLS) เป็นวิธีที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนได้ผลดีและเป็นที่ยอมรับใช้โดยทั่วไปวิธีนี้สามารถใช้กับความพึงประสงค์ได้ทุกรูปแบบ (Part worth, Vector, Ideal Point) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทำให้ทราบถึงชุดคุณลักษณะที่บ่งชี้ความพึงประสงค์หรือความชอบของผู้ตอบมีต่อระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยรูปแบบการวิเคราะห์เป็นไปตามสมการถดถอยต่อไปนี้

$$Z_i = f(y_{i1} y_{i2} \dots y_{im}) = B_{1i1} (X_{1i1}) + B_{2i2} (X_{2i2}) + \dots + B_{mim} (X_{mim})$$

เมื่อ B = ค่าถ่วงน้ำหนักในสมการถดถอย

X = คือตัวแปรจำลองอิสระ

y = อันดับหรือคะแนนประเมินของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อได้สมการถดถอยแล้วพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ (r) หากค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.7-0.8 ถือว่ามีความเที่ยงตรง (Validity) สูง (มนตรี พิริ ยะกุล, 2555)

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะและระดับด้วยการศึกษาจากคุณภาพการบริการ 5 คุณลักษณะ และ การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ และสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์องค์ประกอบรวมในรูปแบบ Part-worth Model เนื่องจากเป็นวิธีที่แสดงข้อมูลแบบร้อยละทำให้ผู้ที่อ่านสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่าย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(จตุรรัตน์, 2546)ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ และปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า(1) เพศ สถานภาพ อายุ ศึกษา อาชีพ และมีรายได้ต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว (2) มูลเหตุจูงใจในการใช้บริการด้านเชื้อถือนในตัวบุคคล (ผู้เป็นเจ้าของกิจการ/ผู้บริหาร)และด้านพนักงานต้อนรับในสำนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและบริการดี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว (3)ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านมัคคุเทศก์ ด้านยานพาหนะ ด้านสถานที่พัก และด้านอาหาร มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านพนักงานต้อนรับในสำนักงานและด้านพนักงานขับรถ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) ปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และ คนะ, 2561)ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวเรือสำราญและการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเรือสำราญในกลุ่มท่องเที่ยวอันดามัน” วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยวอันดามันและการให้บริการผู้ประกอบการธุรกิจเรือสำราญในกลุ่มท่องเที่ยวอันดามัน ผลวิจัยพบว่า (1)นักท่องเที่ยวเรือสำราญที่เดินทางท่องเที่ยวอันดามันส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเอเชีย โดยท่องเที่ยวกับครอบครัว บุคคลที่ตัดสินใจในการท่องเที่ยวคือสมาชิกในครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือการพักผ่อนกับครอบครัว รูปแบบข้อมูลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือเว็บไซต์ แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจซื้อ คือคำแนะนำของเพื่อน/สมาชิกในครอบครัว โดยใช้วิธีการจองเที่ยวโดยตรงบริษัทเรือสำราญ มีค่าใช้จ่ายซื้อแพ็คเกจเรือมากกว่า60,000 บาท จำนวนในการท่องเที่ยว 4-7 คืน และเหตุผลอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวทะเลอันดามัน คือท่องเที่ยวธรรมชาติ (2) ผู้ประกอบการธุรกิจเรือสำราญในกลุ่มท่องเที่ยวอันดามันมีการวางแผนก่อนการเดินทางเรือสำราญแต่ละลำ ได้แก่ การวางแผนเส้นทางท่องเที่ยว การ

วางแผนการให้บริการในเรือสำราญ และการดำเนินการทางการตลาด หลังจากนั้นจึงเป็นการเดินทางตามที่วางไว้

(Aytun, 2015) ได้วิจัย เรื่อง Destination Attributes, Satisfaction, and the Cruise Visitor's Intent to Revisit and Recommend มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของจุดหมายปลายทางกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือสำราญการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ โดยการศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เกาะโอวาฮู ในโฮโนลูลู รัฐฮาวาย ในปี 2013 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่าระยะทางเป็นอุปสรรคต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเรือสำราญในขณะที่ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของจุดหมายปลายทางกับความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้ใช้บริการเรือสำราญเป็นไปในทางบวก โดยคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ความสะดวกของการขนส่งสาธารณะ ความปลอดภัย และราคามีผลต่อความพึงพอใจอย่างมาก ในขณะที่คุณลักษณะอื่นๆของจุดหมายปลายทาง เช่น กิจกรรมบนฝั่ง หรือการนำเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือสำราญ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นในการพยายามเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อด้วย

(สุภัคร คำพะแย, 2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพตามลำดับ

(สุชาติ ธิโนภาณุวัฒน์ และ สมบัติ กาญจนกิจ, 2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากเป็นลำดับแรก โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงรายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านไม่แตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 1.การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบบออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง

1.กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างเพื่อที่จะได้นำข้อมูลมารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

2.กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนด้วย(Cochran W.G., 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 96.04 ตัวอย่าง และเพิ่มไว้ 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 100 ตัวอย่าง เพื่อให้สามารถหาค่าความแปรปรวนที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยมีสูตรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยกำหนด

n

แทน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z

แทน

ค่าทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มี

ค่าเท่ากับ ± 1.96

e

แทน

ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

เท่ากับ 0.10

สามารถแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.10)^2} \\ &= 96.04 \approx 100 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อต้องการให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ จำนวน 10 คน

การสุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ในอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยใช้การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยความสะดวกและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม จนครบ 100 คน

การสร้างเครื่องมือในการทำวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และ การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือ บทความ หรือ งานวิจัยเชิงปริมาณ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก
2. สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกให้สอดคล้องกับทฤษฎี แนวคิด หรือข้อมูลที่ได้ศึกษา
3. นำแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างไปใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
4. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจำแนกเป็น ลักษณะ (Attribute) และระดับลักษณะ (Level) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. สร้างสถานการณ์จำลอง (Profile) จากใช้ลักษณะ (Attribute) และระดับลักษณะ (Level) ที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อให้ระบบสุ่มสถานการณ์จำลองที่เหมาะสม
2. คัดเลือกสถานการณ์จำลอง (Profile) ให้มีจำนวนที่เหมาะสมโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ในการคัดเลือกสถานการณ์จำลอง (Profile) ที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่ได้ศึกษาและคัดเลือก ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้
4. เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ
5. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้เพื่อให้ในการประมวลผลในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
6. ประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ และ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. เครื่องบันทึกเสียง หรืออุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาถอดเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษร

2. สมุดบันทึก เพื่อจดบันทึก ข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งอาจถามคำถามเรียงตามข้อหรือไม่ก็ได้ และอาจถามคำถามเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ตั้งไว้แต่ไม่เกินขอบเขตในการศึกษา โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างนี้ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม มีข้อคำถามดังนี้

1. โครงสร้างเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
2. กิจกรรมบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
3. การบริการเสริมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
4. ความสะดวกของการให้บริการด้านอาหารบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา จำนวน 7 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ (Gender) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous Questions) ดังนี้

1) ชาย

2) หญิง

ข้อที่ 2 อายุ (Age) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

1) 15 - 25 ปี

2) 26 - 35 ปี

- 3) 36 - 45 ปี
- 4) 46 - 55 ปี
- 5) 56 - 65 ปี
- 6) มากกว่า 66 ปี

ข้อที่ 3 สถานภาพ (status) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

- 1) โสด
- 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน
- 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา (Education) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ดังนี้

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ (Occupation) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ดังนี้

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
- 3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 5) อื่นๆ.....

ข้อที่ 6 (income) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2) 10,000 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 - 30,000 บาท
- 4) 30,001 - 40,000 บาท
- 5) 40,001 - 50,000 บาท
- 6) มากกว่า 50,000 บาท

ข้อที่ 7 ที่อยู่อาศัย (residence) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ในการแบ่งที่อยู่อาศัย(ภูมิภาค)ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ภาคเหนือ
- 2) ภาคกลาง
- 3) ภาคอีสาน
- 4) ภาคใต้

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

โดยใช้สถานการณ์ (Profile) ซึ่งแบบสอบถามมีหลายตัวเลือก (Multivhotomous Questions) ตามจำนวนของสถานการณ์ (Profile) ในแต่ละข้อจะแสดงสถานการณ์ (Profile) ที่ละ 3 -4สถานการณ์ (Profile) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกเพียงสถานการณ์เดียวเท่านั้น (Profile) ที่พึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจำนวนข้อขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (Profile) ทั้งหมดที่ต้องการแสดง

ตาราง 1 ตัวอย่างแบบสอบถาม

ข้อที่ 1	Profile No. 1	Profile No. 2	Profile No. 3
Attribute 1	Level 1	Level 1	Level 2
Attribute 2	Level 3	Level 2	Level 2
Attribute 3	Level 2	Level 2	Level 2
คำตอบ		✓	
ข้อที่ 2	Profile No. 1	Profile No. 2	Profile No. 3
Attribute 1	Level 2	Level 2	Level 1
Attribute 2	Level 1	Level 1	Level 2
Attribute 3	Level 3	Level 1	Level 3
คำตอบ	✓		

จากตาราง 1 คือ การแสดงตัวอย่างการตอบแบบสอบถามของส่วนที่ 2 ซึ่งมีจำนวนสถานการณ์(Profile) 6 สถานการณ์ โดยแต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกเพียงหนึ่งสถานการณ์ที่พึงพอใจมากที่สุดของแต่ละข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็นสองส่วน คือ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ และส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของการเชิงคุณภาพ

1. นัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนัดสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัว และเลือกเวลาในการนัดหมายที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวก
2. บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง และ สมุดจดบันทึก
3. ถอดข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงลงเป็นลายลักษณ์อักษร

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัด เชียงราย
2. ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้ช่วยตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน เมื่อเก็บแบบสอบถามครบแล้ว นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัสข้อมูลที่ได้ตามรหัสที่กำหนดไว้สำหรับใช้ในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
3. ประมวลผลข้อมูลที่ได้ลงรหัสไว้ โดยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) มีดังนี้

- 1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1.1.1. เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ภูมิฐานะ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

2.1 สมมติฐานที่ 1 ทดสอบเกี่ยวกับผลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิฐานะ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มีดังนี้

3.1 แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอในรูปแบบ ค่าความสำคัญ (Importance)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้นำเสนอในข้อมูลในรูปแบบร้อยละ เพื่อเปรียบเทียบค่าความถี่ของข้อมูลแต่ละกลุ่มกับข้อมูลทั้งหมด โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 40)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ของข้อมูล
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายของข้อมูลทั้งหมด โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, หน้า 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีสูตรในการคำนวณดังนี้(กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2550, หน้า 48)

$$S. D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน ที่มีพารามิเตอร์จำนวน $k + 1$ ตัว คือ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$ โดยการประมาณ ค่าพารามิเตอร์นั้นจะต้องใช้ข้อมูลตัวอย่างของตัวแปร $X_1, X_2, \dots, X_i$ โดยใช้ตัวอย่างขนาด n จากสมการถดถอยเชิงซ้อน คือ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \beta_3 x_{i3} + \dots + \beta_k x_{ik}$$

เมื่อ	Y	แทน	ตัวแปรตาม (Dependent Variable)
	x	แทน	ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)
	β_0	แทน	ส่วนตัวแกน y
	i	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ในงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยกำลังสองน้อยสุด (Ordinary Least Square: OLS) ซึ่งมีพื้นฐานจากสมการถดถอย เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม คำนวณได้ตามสมการ ดังนี้

$$Z_i = f(y_{i1,i2,\dots,im}) = \beta_{1i1}(X_{2i2}) + \dots + \beta_{mim}(x_{mim})$$

เมื่อ	β	=	ค่าถ่วงน้ำหนักในสมการถดถอย
	X	=	คือตัวแปรอิสระ
	Y	=	ตัวแปรตาม คือ อันดับหรือคะแนนประเมิน ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์ ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อจากการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการผลการวิเคราะห์ของงานวิจัย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

P	แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซ็นต์
F	แทน ค่าความถี่ของคะแนน
n	แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
$S.D$	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$Sig.$	แทน ค่าความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Significant)
Df	แทน องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
$*$	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10
$**$	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และ การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการสัมภาษณ์และแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ จำนวนทั้งหมด 10 คน โดยมีข้อคำถาม 4 ข้อ ดังนี้

1. โครงสร้างเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
2. กิจกรรมบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
3. การบริการเสริม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
4. ความสะดวกของการให้บริการด้านอาหารบนเรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของในตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอรรถประโยชน์ของการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานที่ 2. คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ จำนวน 10 ท่าน จากข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ แสดงดังตาราง

ตาราง 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำ เที่ยวเรือสำราญ	ระดับ
1. โครงสร้างเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	พื้นที่ใช้สอยในเรือ บริเวณกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย
2. กิจกรรมบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	ฟังเพลงดนตรีสด การแสดงพื้นบ้าน คาบาเร่โชว์
3. การบริการเสริม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ	ที่พัก ชุดถ่ายรูป นวดแผนไทย ร้านสะดวกซื้อ
4. ความสะดวกของการให้บริการด้านอาหารบนเรือมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เรือสำราญ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) อาหารจีน อาหารทะเล อาหารตะวันตก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพและภูมิฐานะ นำเสนอในจำนวนร้อยละ ดังตาราง

ตาราง 3 จำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.1 เพศ		
หญิง	60	60.00
ชาย	40	40.00
รวม	100	100.00
1.2 อายุ		
15 - 25 ปี	1	1.00
26 - 35 ปี	27	27.00
36 - 45 ปี	15	15.00
46 - 55 ปี	22	22.00
56 - 65 ปี	11	11.00
มากกว่า 66 ปี ขึ้นไป	24	24.00
รวม	100	100.00
1.3 สถานภาพ		
โสด	38	38.00
สมรส/อยู่ด้วยกัน	48	48.00
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	14	14.00
รวม	100	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.4 ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	13.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	66	66.00
สูงกว่าปริญญาตรี	21	21.00
รวม	100	100.00
1.5 อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	3	3.00
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	28	28.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	22.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	32	32.00
อื่นๆ	15	15.00
รวม	100	100.00
1.6 รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	2	2.00
10,001 – 20,000 บาท	26	26.00
20,001 - 30,000 บาท	26	26.00
30,001 - 40,000 บาท	16	16.00
40,001 - 50,000 บาท	13	13.00
มากกว่า 50,000 บาท	17	17.00
รวม	100	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.7 ภูมิภาค		
ภาคเหนือ	19	19.00
ภาคกลาง	61	61.00
ภาคอีสาน	6	6.00
ภาคใต้	14	14.00
รวม	100	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามนำเสนอ ในรูปจำนวนและร้อยละ จำแนกตามตัวแปรดังต่อไปนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมามีอายุมากกว่า 66 ปี ขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 56 – 65 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และอายุ 15 - 25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อาชีพอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาอยู่ที่ภาคเหนือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ภาคใต้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และภาคอีสาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบรรดประโยชน์ของการบริการบริษัทนำเที่ยว
เรือสำราญนำเสนอในรูปแบบจำนวนและร้อยละ ดังตาราง

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ	ค่าความสำคัญ	ลำดับ
1.โครงสร้างเรือ	24.92	3
2.กิจกรรมบนเรือ	21.91	4
3.อาหารที่ให้บริการ	25.19	2
4.บริการเสริมบนเรือ	27.98	1

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความสำคัญของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ เรียงจากค่าความสำคัญมากที่สุดจนถึงค่าน้อยที่สุด ด้านบริการเสริมบนเรือ ค่าความสำคัญ 27.98% เป็นลำดับที่ 1 ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ค่าความสำคัญ 25.19% เป็นลำดับที่ 2 ด้านโครงสร้างเรือ ค่าความสำคัญ 24.92% เป็นลำดับที่ 3 และ ด้านกิจกรรมบนเรือค่าความสำคัญ 21.91% เป็นลำดับที่ 4

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอรรถประโยชน์ (Utility) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	อรรถประโยชน์ (Utility)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	0.00	0.00
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	5.00	11.49
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	1.20	13.23
	สะดวก		
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ)	4.64	9.46
	ฟังเพลงดนตรีสด	4.48	10.90
	คาบาเร่	0.00	0.00
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	-6.76	8.35
	อาหารจีน	0.00	0.00
	อาหารทะเล	-5.76	11.09
	อาหารตะวันตก	-6.46	12.27
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	0.00	0.00
	ร้านสะดวกซื้อ	-3.54	7.56
	นวดแผนไทย	6.16	14.00
	ซุ้มถ่ายรูป	-0.51	-9.30

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์(Utillities) การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ พบว่า ด้านโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 ด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารทะเล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -5.76 ระดับอาหารตะวันตก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -6.46 และระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -6.76 และด้านบริการเสริมบนเรือ ระดับนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.16 ระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.51 และระดับร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3.54

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม(Conjoint Analysis) ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ภูมิลำเนา ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยว เรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายจำแนกตามเพศ ด้าน โครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามเพศ

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ		เพศ	
		ชาย	หญิง
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	0.954	-
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	-0.534	-
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ)	-1.617	-
	ฟังเพลงดนตรีสด	1.751	-
	คาบาเร่	-	-
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	1.557	-
	อาหารจีน	-	-
	อาหารทะเล	-5.436 **	-
	อาหารตะวันตก	-9.168 **	-

ตาราง 6 (ต่อ)

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ		เพศ	
		ชาย	หญิง
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	-1.398	-
	นวดแผนไทย	-1.46	-
	ซุ้มถ่ายรูป	-2.632	-

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย เมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า ระดับพื้นที่ใช้สอย ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ 0.954 และ -0.534 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า ระดับการแสดงพื้นเมือง(ฟ้อนรำ) ระดับฟังเพลงดนตรีสด ที่ค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ -1.617 และ 1.751 ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีอรรถประโยชน์เท่ากับ 1.557 -5.436 * * และ -9.168 * * ตามลำดับ

ด้านบริการเสริมบนเรือ พบว่า ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าอรรถประโยชน์เท่ากับ -1.398 -1.46 และ -2.632 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามอายุ

คุณลักษณะ การบริการของ บริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ		อายุ					
		15 - 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55ปี	56-65ปี	มากกว่า 66 ปี
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	-2.625	-	-5.046	-5.11	1.759	4.178
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	15.02 *	-	2.009	-6.646	-7.552	-4.589
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	-3.535	-	1.437	-8.607 **	-0.942	11.01 **
	ฟังเพลงดนตรีสด	-11.13	-	4.829	0.97	-5.415	9.365 **
	คาบาเร่	-	-	-	-	-	-
3.อาหารที่ ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	6.374	-	-8.384 **	-6.462 **	-10.31 **	-6.644 *
	อาหารจีน	-	-	-	-	-	-
	อาหารทะเล	-1.203	-	1.183	-5.094	-6.729	3.745
	อาหารตะวันตก	3.888	-	-5.153	-10.153 **	-5.013	-2.752
4.บริการเสริมบน เรือ	ที่พัก	-	-	-	-	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	8.672	-	-1.221	-0.12	1.149	-1.146
	นวดแผนไทย	-1.022	-	6.935	-4.534	-6.792	-0.669
	ซุ้มถ่ายรูป	-1.255	-	3.087	0.604	2.16	0.331

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านอายุ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 - 35 ปี มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 25 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -2.625 และ 15.02 * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ค่าความสำคัญกับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -5.046 และ 2.009 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 - 55 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -5.11 และ -6.646 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 56 - 65 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 1.759 และ -7.552 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 66 ปีขึ้นไป ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 4.178 และ -4.589

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 25 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรม ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -3.535 และ -11.13 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 1.437 และ 4.829 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 - 55 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -8.607 * * และ 0.97 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 56- 65 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -0.942 และ -5.415 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 66 ปีขึ้นไป ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 11.01 * * และ 9.365 * * ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -25 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 6.374 -1.203 และ 3.888 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -8.384 * * 1.183 และ -5.153 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 55 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -6.462 * * -5.094 และ -10.153 * * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 56- 65 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -10.31 * * -6.729 และ -5.013 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 66 ปีขึ้นไป ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -6.644 * * 3.745 และ -2.752 ตามลำดับ

ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 25 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 8.672 -1.022 และ -1.255 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -1.221 6.935 และ 3.087 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 55 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -0.12 -4.534 และ 0.604 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 56- 65 ปี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 1.149 -6.792 และ 2.16 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 66 ปีขึ้นไป ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -1.146 -0.669 และ 0.331 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามสถานภาพ

คุณลักษณะของการ บริการของบริษัทนำ เที่ยวเรือสำราญ	สถานภาพ	ค่าอรรถประโยชน์		
		โสด	สมรส/อยู่ ด้วยกัน	หย่าร้าง/แยกกัน อยู่/หม้าย
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	-9.462 **	0.074	-
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	3.395	6.006	-
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ)	-2.196	0.728	-
	ฟังเพลงดนตรีสด	5.001	-4.236	-
	คาบาเร่	-	-	-
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	-2.173	8.288 **	-
	อาหารจีน	-	-	-
	อาหารทะเล	5.463	4.224	-
	อาหารตะวันตก	1.539	9.384 **	-

ตาราง 8 (ต่อ)

คุณลักษณะ		สถานภาพ		
การบริการของบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญ		โสด	สมรส/อยู่ ด้วยกัน	หย่าร้าง/ แยกกันอยู่/ หม้าย
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	-	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	-5.074	-0.379	-
	นวดแผนไทย	-1.235	0.174	-
	ซุ้มถ่ายรูป	-10.168 **	-4.334	-

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านสถานภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -9.462 ** และ 3.395ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 0.074 และ 6.006ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสดมีค่าเท่ากับ -2.196 และ 5.001ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 0.728 และ -4.236ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตกมีค่าเท่ากับ-2.173 5.463 และ1.539 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 8.288 * 4.224 และ 9.384 * * ตามลำดับ

ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ-5.074 -1.235 และ -10.168 * * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -0.379 0.174 และ -4.334 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณลักษณะ การบริการของบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญ		ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	-3.36	-	-5.365 *
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	-12.004 * *	-	-1.669
	สะดวก			
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ)	-2.451	-	0.964
	ฟังเพลงดนตรีสด	6.591 * *	-	6.649 * *
	คาบาริ	-	-	-

ตาราง 9 (ต่อ)

คุณลักษณะ		ระดับการศึกษา		
การบริการของบริษัท		ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า
นำเที่ยวเรือสำราญ		ปริญญาตรี	หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	-5.614 *	-	-0.45
	อาหารจีน	-	-	-
	อาหารทะเล	8.752 * *	-	-2.805
	อาหารตะวันตก	1.006	-	-3.555
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	-	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	-0.553	-	-1.472
	นวดแผนไทย	-5.439	-	-3.425
	ซุ้มถ่ายรูป	-2.898	-	-4.188 *

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ-3.36 และ -12.004 * *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -5.365 * และ -1.669ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสดมีค่าเท่ากับ-2.451 และ 6.591 * *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พื่อนำ) และระดับฟัง
เพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 0.964 และ 6.649 * *ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ให้ค่าอรรถประโยชน์
กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และ
ระดับอาหารตะวันตกมีค่าเท่ากับ-5.614 * 8.752 * * และ 1.006 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับ
อาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -0.45 -2.805 และ -3.555ตามลำดับ

ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ให้ค่าอรรถประโยชน์
กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป
มีค่าเท่ากับ -0.553 -5.439 และ -2.898ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -1.472 -3.425 และ -4.188 * ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามอาชีพ

คุณลักษณะ การบริการ ของบริษัทนำ เที่ยวเรือ สำราญ		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/ ลูกจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ
1.โครงสร้าง เรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	3.739	-1.674	4.065	-	-0.02
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	15.202 **	-3.134	4.726	-	0.126
	ความสะอาด					
2.กิจกรรม บนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	11.451 **	3.687	1.876	-	5.448 *
	ฟังเพลงดนตรีสด	-12.473 **	0.799	3.557	-	-3.195
	คาบาเร่	-	-	-	-	-
3.อาหารที่ ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	8.248 *	1.954	1.502	-	4.048
	อาหารจีน	-	-	-	-	-
	อาหารทะเล	-14.614 **	-1.947	-1.228	-	-4.747
	อาหารตะวันตก	4.864	2.182	-4.572	-	2.561
4.บริการ เสริมบนเรือ	ที่พัก	-	-	-	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	6.923	2.503	2.359	-	-2.797
	นวดแผนไทย	-7.054	-5.526	-0.183	-	-6.675
	ซุ้มถ่ายรูป	-4.783	-0.95	3.546	-	1.902

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านอาชีพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 3.739 และ 15.202 * * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -1.674 และ -3.134 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 4.065 และ 4.726 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -0.02 และ 0.126ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 11.451 * * และ -12.473 * *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 3.687 และ 0.799ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 1.876 และ 3.557ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 5.448 * และ -3.195ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตกมีค่าเท่ากับ 8.248 * -14.614 * * และ 4.864ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 1.954 -1.947 และ 2.182ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 1.502 -1.228 และ -4.572ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 4.048 -4.747 และ 2.561ตามลำดับ

ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 6.923 -7.054 และ -4.783ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 2.503 -5.526 และ 0.95ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 2.359 -0.183 และ 3.546* ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -2.797 -6.675 และ 1.902ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

คุณลักษณะ การบริการ ของบริษัทนำ เที่ยวเรือ สำราญ		รายได้ต่อเดือน					
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,000 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
1.โครงสร้าง เรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบน เรือ	1.418	-	-0.622	-2.704	-0.136	-2.393
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	-7.204	-	-0.846	1.103	0.769	3.445
2.กิจกรรมบน เรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	-4.798	-	-0.756	-6.7 **	-1.439	-10.695 **
	ฟังเพลงดนตรีสด	13.27 *	-	1.103	-2.829	7.666 **	-5.852
	คาบาเร่	-	-	-	-	-	-
3.อาหารที่ ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	15.519 **	-	-3.759	-6.443 *	0.176	-5.103
	อาหารจีน	-	-	-	-	-	-
	อาหารทะเล	-1.408	-	7.775 **	2.092	8.198 **	3.337
	อาหารตะวันตก	-11.124 *	-	0.629	-4.184	-0.202	4.371

ตาราง 11 (ต่อ)

คุณลักษณะ		รายได้ต่อเดือน					
การบริการ		ต่ำกว่าหรือ	10,000	20,001 -	30,001 -	40,001 -	มากกว่า
ของบริษัท		เท่ากับ	—	30,000	40,000	50,000	50,000
นำเที่ยวเรือ		10,000	20,000	บาท	บาท	บาท	บาท
สำราญ		บาท	บาท				
4.บริการ	ที่พัก	-	-	-	-	-	-
เสริมบนเรือ							
	ร้านสะดวกซื้อ	-2.584	-	0.006	-3.219	-9.892 **	3.684
	นวดแผนไทย	-13.459 *	-	1.328	2.897	-3.808	7.084
	ซุ้มถ่ายรูป	9.561 *	-	-3.105	-6.719 **	-9.469 **	3.156

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านรายได้ต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 1.418 และ -7.204 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -0.622 และ -0.846 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -2.704 และ 1.103 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -0.136 และ 0.769 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ -2.393 และ 3.445 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พ็อนร่า) และ
ระดับฟังเพลงดนตรีสดมีค่าเท่ากับ-4.798 และ 13.27 * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พ็อนร่า) และระดับฟัง
เพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -0.756 และ 1.103 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พ็อนร่า) และระดับฟัง
เพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -6.7 * * และ -2.829 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พ็อนร่า) และระดับฟัง
เพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -1.439 และ 7.666 * * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงผลเมือง(พ็อนร่า) และระดับฟัง
เพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ -10.695 * * และ -5.852ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000
บาทให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)
ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตกมีเท่ากับ15.519 * * -1.408 และ -11.124 *
ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์คุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหาร
ทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -3.759 7.775 * * และ 0.629 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับ
อาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -6.443 *2.092 และ -4.184 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับ
อาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ 0.176 8.198 * * และ -0.202 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับ
อาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตก มีค่าเท่ากับ -5.103 3.337 และ 4.371 ตามลำดับ

ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -2.584 -13.459 * และ 9.561 *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 0.006 1.328 และ -3.105 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -3.219 2.897 และ -6.719 * * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ -9.892 * * -3.808 และ -9.469 * *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ให้ค่า
อรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย
และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 3.684 7.084 และ 3.156 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามภูมิลำเนา

คุณลักษณะ		ภูมิลำเนา			
การบริการของ บริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ		ภาค เหนือ	ภาค กลาง	ภาค อีสาน	ภาค ใต้
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-	-	-	-
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	4.522	-	7.577 *	6.808 *
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	7.287 *	-	-1.883	0.227
	สะดวก				
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ)	1.437	-	2.06	2.897
	ฟังเพลงดนตรีสด	-1.158	-	-8.075 *	-5.086 *
	คาบาริ	-	-	-	-
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	0.092	-	-4.22	1.933
	อาหารจีน	-	-	-	-
	อาหารทะเล	-3.897	-	4.166	3.083
	อาหารตะวันตก	3.569	-	-4.233	11.507 **
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	-	-	-	-
	ร้านสะดวกซื้อ	0.029	-	2.573	0.562
	นวดแผนโบราณ	-3.371	-	1.005	1.314
	ซุ้มถ่ายรูป	3.394	-	4.399	3.294

*มีระดับความเชื่อมั่น 90%

**มีระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามภูมิลำเนา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Conjoint analysis พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท

นำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวด้านภูมิลำเนา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคกลาง มีผลดังนี้

ด้านโครงสร้างเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 4.522 และ 7.287 * ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคอีสาน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 7.577 * และ -1.883ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะโครงสร้างเรือ ระดับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และ ระดับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 6.808 * และ 0.227ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสดมีค่าเท่ากับ1.437 และ -1.158ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคอีสาน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 2.06 และ -8.075 *ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ระดับการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และระดับฟังเพลงดนตรีสด มีค่าเท่ากับ 2.897 และ -5.086 *ตามลำดับ

ด้านอาหารที่ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวันตกมีค่าเท่ากับ0.092 -3.897 และ 3.569 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคอีสาน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวัน มีค่าเท่ากับ -4.22 4.166 และ -4.233 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) ระดับอาหารทะเล และระดับอาหารตะวัน มีค่าเท่ากับ 1.933 3.083 และ 11.507 * * ตามลำดับ

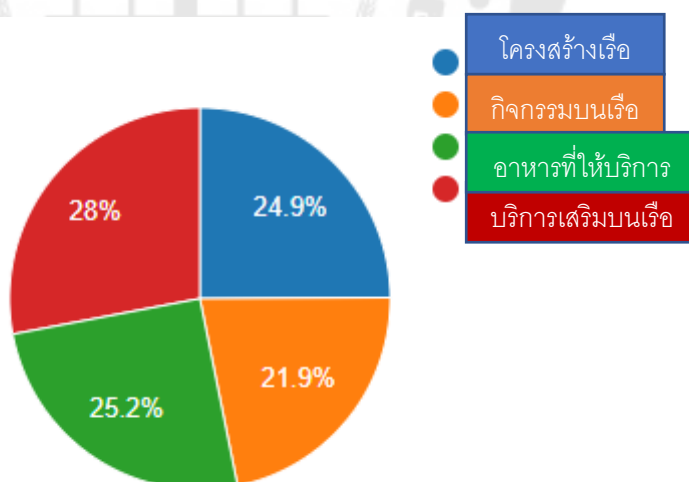
ด้านการบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านการบริการเสริม ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 0.029 -3.371 และ 3.394 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคอีสาน ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 2.573 1.005 และ 4.399 ตามลำดับ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ค่าอรรถประโยชน์กับคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ ระดับร้านสะดวกซื้อ ระดับนวดแผนไทย และระดับซุ้มถ่ายรูป มีค่าเท่ากับ 0.562 1.314 และ 3.294 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2. คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Conjoint ในรูปแบบ Part-worth Model จะเป็นการวิเคราะห์การหาค่าความสำคัญของกลุ่มตัวอย่าง แสดงค่าให้ค่าความสำคัญและค่าอรรถประโยชน์ที่ออกมาเป็นค่าร้อยละ ตามภาพดังนี้



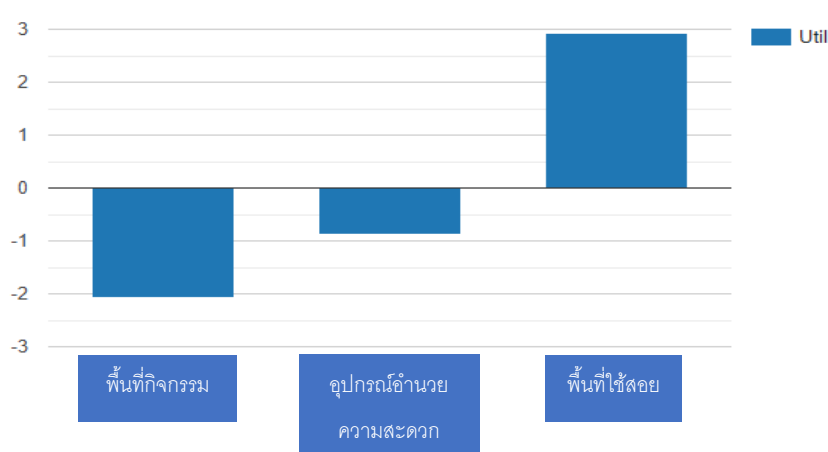
ภาพประกอบ 17 ค่าความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ตาราง 13 แสดงค่าความสำคัญของคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

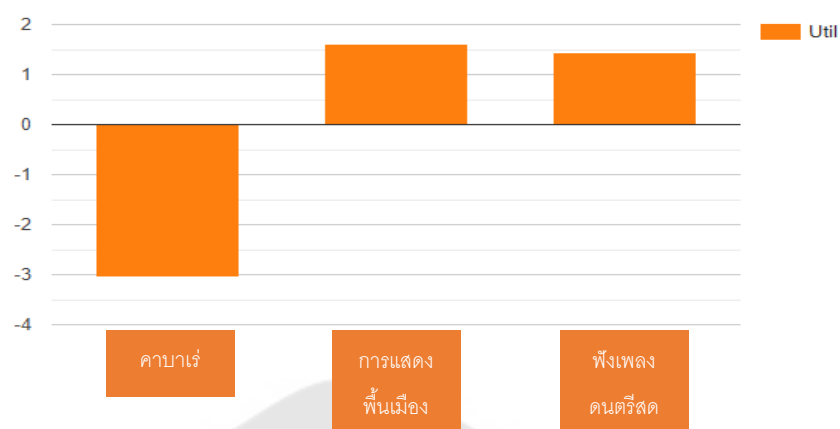
คุณลักษณะ (Attributes)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D	ค่าความสำคัญ
โครงสร้างเรือ	14.19	24.92
กิจกรรมบนเรือ	9.70	21.91
อาหารที่ให้บริการบนเรือ	9.18	25.19
การบริการเสริมบนเรือ	11.58	27.98

จากตาราง 13 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ เรียงระดับค่าความสำคัญจากมากไปจนถึงน้อย ด้านบริการเสริมบนเรือ มีค่าความสำคัญ 27.98% ด้านอาหารที่บริการบนเรือ มีค่าความสำคัญ 25.19% ด้านโครงสร้างเรือ มีค่าความสำคัญ 24.92 % และ ด้านกิจกรรมบนเรือ ค่าความสำคัญ 21.91 % ตามลำดับ

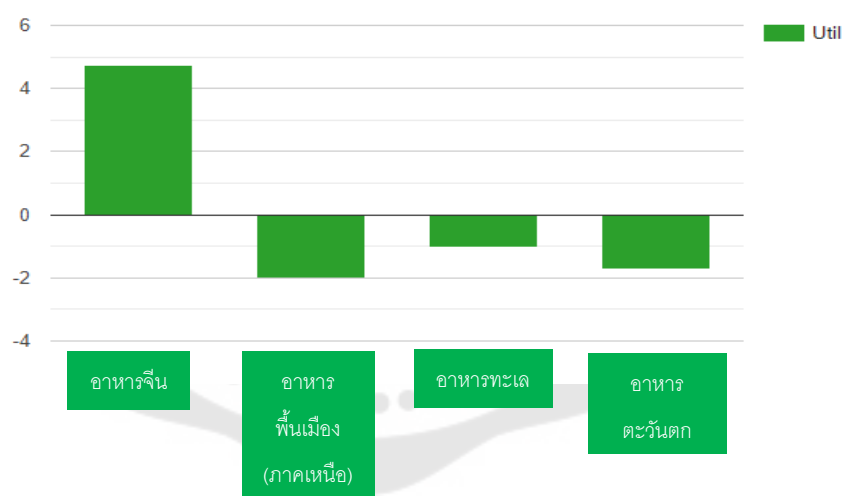
ผลจากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ระดับความพึงพอใจที่มีความสอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะหรือปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญนั้นกับค่าความพึงประสงค์ คุณลักษณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามความประสงค์จะมีเครื่องหมายเป็นบวกและถ้าไม่สอดคล้องกัน จะมีเครื่องหมายเป็นลบ โดยแสดงค่าแต่ระดับคุณลักษณะได้ ดังนี้



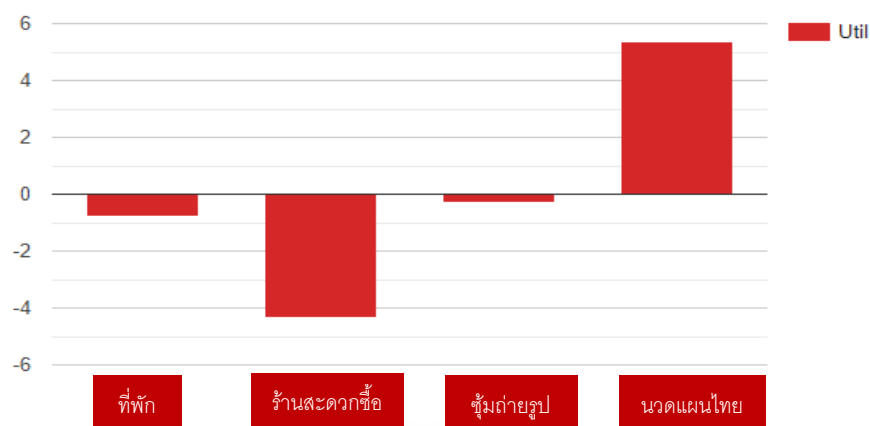
ภาพประกอบ 18 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ



ภาพประกอบ 19 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ



ภาพประกอบ 20 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ



ภาพประกอบ 21 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะด้านบริการเสริมบนเรือ

ตาราง 14 แสดงค่าอรรถประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	อรรถประโยชน์ (Utility)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1.โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	-2.07	6.02
	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	2.94	8.59
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	-0.87	9.39
2.กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ)	1.60	7.50
	ฟังเพลงดนตรีสด	1.44	8.13
	คาบาเร่	-3.04	4.64
3.อาหารที่ให้บริการ	อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	-2.02	6.26
	อาหารจีน	4.75	6.56
	อาหารทะเล	-1.02	6.88
	อาหารตะวันตก	-1.71	6.48
4.บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	-0.78	5.94
	ร้านสะดวกซื้อ	-4.32	6.84
	นวดแผนไทย	5.37	9.11
	ชุมถ้ำยรูป	-0.28	5.78

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ พิจารณาค่าของคุณลักษณะ (Attribute) ในด้านต่างๆที่แสดงออกในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

คุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับพื้นที่ใช้สอยบนเรือ มีค่าอรรถประโยชน์ 2.94 มากกว่าอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีค่าอรรถประโยชน์ -0.87 และพื้นที่กิจกรรมบนเรือ มีค่าอรรถประโยชน์ -2.07

คุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับการแสดงพื้นเมือง มีค่าอรรถประโยชน์ 1.60 มากกว่า ระดับฟังเพลงดนตรีสด ที่มีอรรถประโยชน์ 1.44 และระดับการแสดงคาบาเร่ ที่มีอรรถประโยชน์ -3.04

คุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับอาหารจีน มีค่าอรรถประโยชน์ 4.75 มากกว่า ระดับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) มีค่าอรรถประโยชน์ -2.02 ระดับอาหารทะเล มีค่าอรรถประโยชน์ -1.02 และระดับอาหารตะวันตก มีค่าอรรถประโยชน์ -1.71

คุณลักษณะด้านบริการเสริมบนเรือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับนวดแผนไทย มีค่าอรรถประโยชน์ 5.37 มากกว่า ระดับชมถ้ำยรูป มีค่าอรรถประโยชน์ -0.28 ระดับที่พัก มีค่าอรรถประโยชน์ -0.78 และ ระดับร้านสะดวกซื้อ มีค่าอรรถประโยชน์ -4.32

สรุปผลทดลองสมมติฐาน

ตาราง 15 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

สมมติฐาน		สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบค่าอรรถประโยชน์
คุณลักษณะ	ระดับ		
สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย			
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน			
● เพศชาย	- ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารทะเล - อาหารตะวันตก	-5.436 ** -9.168 **
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน			
● อายุ 36 – 45 ปี	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	-8.384 **
● อายุ 46 – 55 ปี	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	- การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	-8.607 **
	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	-6.462 ** -10.153 **
		-อาหารตะวันตก	
● อายุ 56 -65 ปี	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)	Conjoint -10.31 **
● อายุมากกว่า 66 ปี	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	11.01 **
		-ฟังเพลงดนตรีสด	9.365 **

ตาราง 15 (ต่อ)

สมมติฐาน		สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบค่าอรรถประโยชน์
คุณลักษณะ	ระดับ		
-ด้านอาหารที่บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)		-6.644 * *
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน			
● โสด	-ด้านโครงสร้างเรือ	-พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	-9.462 * *
	-ด้านบริการเสริมบนเรือ	-ชุดถ่ายรูป	Conjoint -10.168 * *
● สมรส/อยู่ด้วยกัน	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)	8.288 * *
		-อาหารตะวันตก	9.384 * *
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน			
● ต่ำกว่าปริญญาตรี	-ด้านโครงสร้างเรือ	-อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	-12.004 * *
	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-ฟังเพลงดนตรีสด	Conjoint 6.591 * *
	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารทะเล	8.752 * *

ตาราง 15 (ต่อ)

สมมติฐาน			สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบค่าอัตราผลประโยชน์
คุณลักษณะ	ระดับ			
สูงกว่าปริญญาตรี	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-ฟังเพลงดนตรีสด		6.649 * *
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน				
นักเรียน/นักศึกษา	-ด้านโครงสร้างเรือ	-อุปกรณ์อำนวยความสะดวก		15.202 * *
	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	Conjoint	11.451 * *
		-ฟังเพลงดนตรีสด		-12.473 * *
	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารทะเล		-14.614 * *
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน				
รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ)		15.519 * *
รายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-การแสดงพื้นเมือง	Conjoint	-6.7 * *
	-ด้านบริการเสริมบนเรือ	-ซุ้มถ่ายรูป		-6.719 * *

ตาราง 15(ต่อ)

สมมติฐาน			สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ ค่าอรรถประโยชน์
คุณลักษณะ	ระดับ			
รายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	-ฟังเพลงดนตรีสด	Conjoint	7.666 **
	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารทะเล		8.198 **
	-ด้านบริการเสริมบนเรือ	-ร้านสะดวกซื้อ		-9.892 **
		-ซุ้มถ่ายรูป		-9.469 **
รายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท	-ด้านกิจกรรมบนเรือ	- การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)		-10.695 **
สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน				
ภาคใต้	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ	-อาหารตะวันตก	Conjoint	11.507 **
สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัท นำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน				
	-ด้านโครงสร้างเรือ			24.92
	-ด้านกิจกรรมบนเรือ		Partworth Conjoint	21.91
	-ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ			25.19
	-ด้านบริการเสริมบนเรือ			27.98

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะได้ทราบถึงปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ สามารถนำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแนวทางเพื่อนำไปต่อยอดปรับปรุง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการ ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้ให้บริการและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มีสังเขปความมุ่งหมายและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อแสดงระดับปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลการตัดสินใจใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ความสำคัญของงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการและนักการตลาด สามารถนำผลจากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบรูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับธุรกิจเดิม

3. เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
2. คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1. กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึก

ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของคอคอรัน (Cochran W.G., 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 96.04 ตัวอย่าง และเพิ่มไว้ 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 100 ตัวอย่าง เพื่อให้สามารถหาค่าความแปรปรวนที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างได้

การสร้างเครื่องมือในการทำวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และ การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือ บทความ หรือ งานวิจัยเชิงปริมาณ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเรือสำราญ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่โครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก
2. สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกให้สอดคล้องกับทฤษฎี แนวคิด หรือข้อมูลที่ได้ศึกษา
3. นำแบบสอบถามกึ่งโครงสร้างไปใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ
4. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจำแนกเป็น ลักษณะ (Attribute) และระดับลักษณะ (Level) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. สร้างสถานการณ์จำลอง (Profile) จากใช้ลักษณะ (Attribute) และระดับลักษณะ (Level) ที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อให้ระบบสถานการณ์จำลองที่เหมาะสม
2. คัดเลือกสถานการณ์จำลอง (Profile) ให้มีจำนวนที่เหมาะสมโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ในการคัดเลือกสถานการณ์จำลอง (Profile) ที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่ได้ศึกษาและคัดเลือก ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้
4. เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ
5. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้เพื่อให้ในการประมวลผลในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
6. ประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ และ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. เครื่องบันทึกเสียง หรืออุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาถอดเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษร

2. สมุดบันทึก เพื่อจดบันทึก ข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งอาจถามคำถามเรียงตามข้อหรือไม่ก็ได้ และอาจถามคำถามเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ตั้งไว้แต่ไม่เกินขอบเขตในการศึกษา โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างนี้ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม มีข้อคำถามดังนี้

1. โครงสร้างเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

2. กิจกรรมบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

3. การบริการเสริม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

4. หมวดหมู่ของการให้บริการด้านอาหารบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา จำนวน 7 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ (Gender) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous Questions) ดังนี้

1) ชาย

2) หญิง

ข้อที่ 2 อายุ (Age) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

1) 15 - 25 ปี

2) 26 - 35 ปี

- 3) 36 - 45 ปี
- 4) 46 - 55 ปี
- 5) 56 - 65 ปี
- 6) มากกว่า 66 ปี

ข้อที่ 3 สถานภาพ(status) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

- 1) โสด
- 2) สมรส/อยู่ด้วยกัน
- 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา (Education) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ดังนี้

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ (Occupation) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ดังนี้

- 1) นักเรียน/นักศึกษา
- 2) พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
- 3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- 5) อื่นๆ.....

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน(income) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) มีดังนี้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2) 10,000 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 - 30,000 บาท
- 4) 30,001 - 40,000 บาท
- 5) 40,001 - 50,000 บาท
- 6) มากกว่า 50,000 บาท

ข้อที่ 7 ที่อยู่อาศัย (residence) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งคำถามมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ในการแบ่งที่อยู่อาศัย (ภูมิภาค)ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ภาคเหนือ
- 2) ภาคกลาง
- 3) ภาคอีสาน
- 4) ภาคใต้

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

โดยใช้สถานการณ์ (Profile) ซึ่งแบบสอบถามมีหลายตัวเลือก (Multivhotomous Questions) ตามจำนวนของสถานการณ์ (Profile) ในแต่ละข้อจะแสดงสถานการณ์ (Profile) ที่ละ 3 -4สถานการณ์ (Profile) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกเพียงสถานการณ์เดียวเท่านั้น (Profile) ที่พึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจำนวนข้อขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (Profile) ทั้งหมดที่ต้องการแสดง

ตาราง 16 ตัวอย่างแบบสอบถาม

ข้อที่ 1	Profile No. 1	Profile No. 2	Profile No. 3
Attribute 1	Level 1	Level 1	Level 2
Attribute 2	Level 3	Level 2	Level 2
Attribute 3	Level 2	Level 2	Level 2
คำตอบ		✓	
ข้อที่ 2	Profile No. 1	Profile No. 2	Profile No. 3
Attribute 1	Level 2	Level 2	Level 1
Attribute 2	Level 1	Level 1	Level 2
Attribute 3	Level 3	Level 1	Level 3
คำตอบ	✓		

จากตาราง 16 คือ การแสดงตัวอย่างการตอบแบบสอบถามของส่วนที่ 2 ซึ่งมีจำนวนสถานการณ์ (Profile) 6 สถานการณ์ โดยแต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกเพียงหนึ่งสถานการณ์ที่พึงพอใจมากที่สุดของแต่ละข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็นสองส่วน คือ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ และส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. นัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนัดสถานที่ที่มีความเป็นส่วนตัว และเลือกเวลาในการนัดหมายที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวก
2. บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง และสมุดจดบันทึก
3. ถอดข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงลงเป็นลายลักษณ์อักษร

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
2. ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้ช่วยตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน เมื่อเก็บแบบสอบถามครบแล้ว นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัสข้อมูลที่ได้ตามรหัสที่กำหนดไว้สำหรับใช้ในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
3. ประมวลผลข้อมูลที่ได้ลงรหัสไว้ โดยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) มีดังนี้
 - 1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่
 - 1.1.1. เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

2.1 สมมติฐานที่ 1 ทดสอบเกี่ยวกับผลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มีดังนี้

3.1 แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอในรูปแบบ ค่าความสำคัญ (Importance)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาทั้งส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสรุปผลจากการสัมภาษณ์จากผู้ที่เคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญและผู้ประกอบการ ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณสามารถสรุปได้โดยสังเขปเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา คือ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลอรรถประโยชน์ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายและ ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อการทดลองสมมติฐาน ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน โดยมีคำถาม 4 ข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ โดยแบ่งออกเป็น 4 คุณลักษณะที่ให้ความสำคัญ ดังนี้

1. คุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ โดยมีระดับของคุณลักษณะ 3 ระดับ คือ พื้นที่กิจกรรม พื้นที่ใช้สอย และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

2. คุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ โดยมีระดับของคุณลักษณะ 3 ระดับ คือ การแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) การฟังเพลง ดนตรีสดและคาบาเร่

3. คุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ โดยมีระดับของคุณลักษณะ 4 ระดับ คือ อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) อาหารจีน อาหารทะเล และ อาหารตะวันตก

4.คุณลักษณะด้านบริการเสริมบนเรือ โดยมีระดับของคุณลักษณะ 4 ระดับ คือ ที่พัก ร้านอาหารซื้อ ชัมถ่ายรูปและนวดแผนไทย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1.ผลสรุปของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 35 ปี มีสถานะสมรส/อยู่ด้วยกัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง

การวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์(Utilities) และค่าความสำคัญ(Importance)ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ในโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอย ให้ความสำคัญในเรื่องกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) ให้ความสำคัญในเรื่องของอาหารที่บริการบนเรือเป็นอาหารจีน (สิบสองปันนา)และให้ความสำคัญเรื่องการบริการเสริมเป็นการนวดแผนโบราณ ในด้านค่าความสำคัญ(Importance)ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ให้ลำดับความสำคัญจากระดับมากไปน้อย ดังนี้ คุณลักษณะด้านบริการเสริมบนเรือ คุณลักษณะด้านอาหารที่ให้บริการ คุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ และคุณลักษณะด้านกิจกรรมบนเรือ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและบริการเสริมบนเรือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 - 35 ปี พบว่า

ด้านกิจกรรมบนเรือ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 55 ปี ปฏิเสธระดับการแสดงผลเมือง (พ็อนรำ) และ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ มากกว่า 66 ปี ยอมรับกิจกรรมการแสดงผลเมือง(พ็อนรำ)และฟังเพลงดนตรีสด นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 – 45 ปี ปฏิเสธอาหารที่ให้บริการที่มีอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46 – 55 ปี ปฏิเสธอาหารที่ให้บริการที่เป็นอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) และอาหารตะวันตก นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 56 – 65 ปี ปฏิเสธอาหารที่ให้บริการที่เป็นอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ มากกว่า 66 ปี ปฏิเสธอาหารที่ให้บริการที่อาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย พบว่า

ด้านโครงสร้างเรือ จำแนกตามสถานภาพ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด ปฏิเสธโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยบนเรือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ยอมรับอาหารที่ให้บริการเป็นอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)และอาหารตะวันตก นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด ปฏิเสธบริการเสริมที่มีชุดถ่ายรูป นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า พบว่า

ด้านโครงสร้างเรือ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปฏิเสธโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านกิจกรรมบนเรือ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ยอมรับกิจกรรมฟังเพลงดนตรีสด

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ยอมรับอาหารที่ให้บริการเป็นอาหารทะเล นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านโครงสร้างเรือ กิจกรรมบนเรือ และอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านบริการเสริมบนเรือ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท พบว่า

ด้านกิจกรรมบนเรือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ปฏิเสธกิจกรรมการแสดงพื้นเมือง(ฟ้อนรำ) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ยอมรับกิจกรรมฟังเพลงดนตรีสด และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 ปฏิเสธกิจกรรมการแสดงพื้นเมือง(ฟ้อนรำ) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อ

เดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ยอมรับอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ยอมรับอาหารที่ให้บริการเป็นอาหารทะเล นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ด้านบริการเสริมบนเรือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปฏิเสธบริการเสริมที่เป็นชุดถ่ายรูป และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ปฏิเสธบริการเสริมที่เป็นร้านสะดวกซื้อและชุดถ่ายรูป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนา แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญแตกต่างกัน ในด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและบริการเสริมบนเรือไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน ผลการทดลองสมมติฐานสรุปได้ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ในด้านบริการเสริมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือและด้านกิจกรรมบนเรือ ที่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

อภิปรายผลการวิจัย จากผลการวิจัย

การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายโดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1.ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาทและมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีภูมิลำเนาภาคกลาง

2.ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยเยอะ มีกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) มีอาหารที่ให้บริการเป็นอาหารจีนและมีบริการเสริมเป็นนวดแผนไทย นอกจากนี้ในด้านค่าความสำคัญ (Importance Weight) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านบริการเสริม เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือและ ด้านกิจกรรมบนเรือ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายให้ความสำคัญกับการมีบริการเสริมเป็นการบริการเสริมนอกเหนือจากบริการปกติ ซึ่งเป็นการบริการที่เพิ่มความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน อาหารจีนทางตอนใต้จีน มีรสชาติที่ถูกปากคนไทยซึ่งเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว โครงสร้างของเรือ ที่มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญที่ต้องใช้เวลานานในการอยู่บนเรือสำราญ การมีพื้นที่ใช้สอยที่กว้าง มีบริเวณ ซึ่งเหมาะแก่การชมบรรยากาศสองข้างทางริมฝั่งโขง เป็นเสน่ห์ของการล่องเรือสำราญ กิจกรรมการแสดงที่มีให้ชมความสวยงามของศิลปะการแสดงพื้นเมืองของไทย

3.ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง เพศชายปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ที่เป็นอาหารทะเลและอาหารตะวันตก เนื่องจากทัศนคติความรู้ด้านอาหารของแต่ละบุคคลต่างกัน จึงทำให้เลือกรับประทานอาหารไม่เหมือนกัน ทั้งนี้จึง

ส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อ้างอิงจาก (ทัศน ศิริโชติ, 2555) ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาเพราะฉะนั้นจากผลวิจัยจึงทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านอาหาร การบริการอาหารบนเรือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะเมื่ออยู่บนเรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถเลือกซื้ออาหารได้ด้วยตนเองในขณะล่องเรือ อาหารที่ให้บริการบนเรือจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านบริการเสริม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศหญิงหรือชายมีพฤติกรรมการเลือกสินค้าหรือบริการที่คล้ายกันได้ ในยุคปัจจุบัน สื่อหรือข้อมูลข่าวสาร สามารถหาได้ง่ายตามแหล่งข้อมูลต่างๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจ เพศหญิงหรือชายต่างก็สามารถเรียนรู้หรือรับรู้ข่าวสารที่เท่าเทียมกันได้ จึงทำให้เพศหญิงหรือชายให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว การบริการต่างๆของบริษัทนำเที่ยวที่ต้องการเลือกใช้บริการได้ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ และ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ การตัดสินใจเลือกเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือในการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) และปฏิเสธด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) และอาหารตะวันตก นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51-60 ปี ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ มากกว่า 60 ปี ยอมรับกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือ ในการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) และฟังเพลงดนตรีสด และปฏิเสธด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) เนื่องจากความชอบและความสนใจของแต่ละบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงตามประสบการณ์และการเรียนรู้

เพราะฉะนั้นความชอบด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ จึงต่างกัน ด้านกิจกรรมบนเรือ การแสดงในแต่ละประเภทจะสื่อถึงความชอบ ความรักในศิลปะแต่ละแขนงต่างกัน ความนิยมชมชอบที่ต่างกันด้วยอายุและการเติบโตที่ต่างยุคสมัย ส่วนด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน การเลือกรับประทานอาหารย่อมแตกต่างกันเนื่องจากค่านิยม และกระแสสังคมที่ได้รับมาจากสื่อโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มต่างๆทำให้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกัน ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน อ้างอิงจาก (ปวีณภัทร นิธิตันติวัฒน์ และ วรางคณา อุดมทรัพย์, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทยผลกระทบและแนวทางแก้ไข และ (ธัญยสิดา สิริวิชญ์ปารม, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือ และ ด้านบริการเสริมบนเรือ ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าอายุที่ต่างกันจะมีความสนใจในด้านการบริการเสริมและด้านโครงสร้างเรือที่คล้ายกัน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเรือสำราญคือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ต้องมีความสะดวกสบาย ในการท่องเที่ยว แต่ละช่วงอายุอาจจึงมีความสนใจ วิธี หรือ รูปแบบการเลือกบริการที่เหมือนกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และปฏิเสธด้านบริการเสริมบนเรือที่มีชุดถ่ายรูป และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ)และอาหารตะวันตก เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันทำให้เกิดการตัดสินใจที่แตกต่างหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือ ความอิสระ เช่น สถานภาพโสดจะมีการตัดสินใจที่เป็นอิสระ ใช้

ระยะเวลาการตัดสินใจในระยะสั้น ด้านโครงสร้างเรือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดไม่ต้องการพื้นที่ใช้สอยแต่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/แต่งงานยอมรับ การมาเที่ยวกับครอบครัว จึงอาจต้องพิจารณาสถานที่นั้นๆ มีพื้นที่ใช้สอย ลานกว้างให้ลูกวิ่งเล่นหรือไม่ อาหารที่ให้บริการ ถูกรับประทานได้หรือไม่ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดปฏิเสธด้านบริการเสริมที่เป็นซุ้มถ่ายรูป เนื่องจากมาท่องเที่ยวคนเดียว จะต้องถ่ายรูปด้วยตนเอง จึงทำให้ไม่สะดวกในการถ่ายรูปตัวเองที่จะทำให้ออกมาสวยหรือครบองค์ประกอบของรูปภาพ มักจะชอบถ่ายภาพวิวทิวทัศน์มากกว่า การมีซุ้มถ่ายรูปเพื่อถ่ายตนเองจึงไม่เหมาะกับคนที่มีสถานภาพโสดในการมาเที่ยวคนเดียว ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการนันทนาการเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่า การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ชมสิ่งที่สวยงาม บรรยากาศสองข้างทางฝั่งโขง การมีกิจกรรมที่ช่วยทำให้ผ่อนคลาย เพลิดเพลิน ด้านสถานภาพไม่ได้เป็นข้อจำกัดในความชอบของกิจกรรมบนเรือ ทุกสถานภาพสามารถชอบกิจกรรมที่เหมือนกันได้ การมีสื่อออนไลน์ที่ได้รับชมหรือฟังทำให้เกิดรสนิยมที่คล้ายกัน ไม่ว่าสถานภาพไหนก็สามารถชอบและให้ความสำคัญกับกิจกรรมบนเรือที่คล้ายกันได้ จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานภาพ

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และยอมรับด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นฟังเพลงดนตรีสด ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการฟังเพลงดนตรีสด นักท่องเที่ยว

ชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ระดับการศึกษา ความรู้ ประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมีผลจากการศึกษาเนื่องจากทุกคนมีโอกาสในการศึกษามาไม่เท่ากัน ทำให้มีรสนิยม ค่านิยม ที่ต่างกันด้วย จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมและด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านบริการเสริมบนเรือ ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านบริการเสริมบนเรือ เป็นด้านการเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวบนเรือสำราญ ฉะนั้นแล้วไม่ว่าจะศึกษาระดับการศึกษาไหน จึงสามารถให้ความสำคัญหรือสนใจในการบริการเสริมที่คล้ายกันได้ เพื่อความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และ ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการฟังเพลงดนตรีสด และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน สังคมการทำงานที่ต่างกัน ประสบการณ์ในการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลกระทบต่อรสนิยมและทัศนคติ ที่ทำให้เลือกความสำคัญด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย (ชลธิชา เตชะวัชรมงคล, 2559) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาศัยแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านบริการเสริม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเรือสำราญของทุกอาชีพ มีความต้องการความสะดวกสบายในการพักผ่อนกับการเดินทางท่องเที่ยว จึงมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการบริการเสริมที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง(ภาคเหนือ) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) และปฏิเสธด้านบริการเสริมบนเรือที่มีซุ้มถ่ายรูป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นฟังเพลงดนตรีสด ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่มีอาหารทะเล และปฏิเสธด้านบริการเสริมบนเรือที่มีร้านสะดวกซื้อและซุ้มถ่ายรูป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่รายได้แตกต่างกัน มีการใช้จ่ายหรือบริโภคสินค้าและการบริการที่ต่างกัน มีการจัดสรรในการใช้จ่าย-รับ ที่ไม่เท่ากัน เช่น ผลจากการวิจัยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะให้ความสำคัญกับด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาหารปัจจัย 4 นักท่องเที่ยวเลือกในสิ่งที่จำเป็นมากกว่าสิ่งที่ฟุ่มเฟือยซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ที่ให้ความสำคัญกับด้านกิจกรรมบนเรือ อาหารที่ให้บริการและบริการเสริม ทั้งหมดนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

เรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือและด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านโครงสร้างเรือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกใช้บริการเรือสำราญ เพื่อความสะดวกสบาย และ ความปลอดภัยในการใช้งานบนเรือ ฉะนั้น ไม่ได้มีข้อจำกัดด้านรายได้ต่อเดือนในการใช้บริการเรือสำราญ

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคกลาง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารตะวันตก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีประสบการณ์ทัศนคติความชอบและความคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือ ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างภูมิลำเนาเมื่อมาเยือนสถานที่เดียวกัน อาจมีความสนใจหรือมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อการเดินทางพักผ่อน ชมความงาม ประสบการณ์ใหม่ในการล่องเรือสำราญ ภูมิลำเนาจึงไม่ได้เป็นข้อจำกัด ในด้านของโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือและบริการเสริม เช่นว่าด้านกิจกรรมบนเรือ นักท่องเที่ยวเดินทางมาภาคเหนือมีจุดประสงค์คล้ายกันว่า ต้องการชมการแสดงของทางภาคเหนือที่เป็นเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ผลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านบริการเสริมบนเรือเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือ และ ด้านกิจกรรมบนเรือ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการเลือกใช้บริการเรือสำราญ ด้านบริการเสริมบนเรือ เป็นการบริการเสริมที่มีนอกเหนือจากการบริการปกติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีการให้ค่าความสำคัญมาก เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะรับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับที่สอง ปัจจัยด้านโครงสร้างเรือ เป็นปัจจัยที่ควรพิจารณาเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ลักษณะเรือ และ พื้นที่บริเวณเรือ เหมาะแก่การพักผ่อนในระหว่างการเดินทางที่ต้องใช้ระยะเวลานานหรือไม่ ด้านกิจกรรมบนเรือสำราญ เป็นการสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้ร่วมสนุกกับการเดินทาง ทั้ง 4 คุณลักษณะที่กล่าวมาถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการเรือสำราญที่ส่งผลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบถึงความสำคัญกับปัจจัยในออกแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการพัฒนาการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญและการวางแผนทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษา มาออกแบบการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นแพ็คเกจเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะภาพโสด ให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านโครงสร้างที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกบนเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดง ฟังเพลง ดนตรีสดที่ให้บริการ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารทะเล และมีบริการเสริมที่ให้บริการบนเรือเป็นที่พัก ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์ : ล่องเรือชอรั๊ก เอาใจคนโสด 2 คืน 1 วัน อิ่มทะเล นอนหลับ
เที่ยวสบาย ในที่เดียว

- 2 คืน 1 วัน อิ่มทะเล นอนหลับ เที่ยวสบาย ในที่เดียว กับเรือสำราญที่ทันสมัยและมี
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เพียงท่านละ 1,299 บาท

ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงส์โรมันส์

	ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ - เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) - อาณาจักรคิงส์โรมันส์ บริษัทเหมาไม่จำกัด ☎ ๐๕๒-๕๕๕-xxxx	
ราคานี้รวม เพียงท่านละ 1,299 บาท • อาหารทะเลบุฟเฟต์ • ห้องพัก 1 คืน • ฟังเพลงดนตรีสด		ล่องเรือชอรั๊ก เอาใจคน โสด 2 คืน 1 วันอิ่มทะเล นอนหลับ เที่ยวสบาย ใน ที่เดียว

ภาพประกอบ 22 แพ็คเกจทัวร์

ที่มา: ผู้วิจัย

2. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง(พ็อนรำ) ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารตะวันตกและอาหารพื้นเมือง และด้านบริการเสริมบนเรือเป็นการนวดแผนไทย ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์ : ล่องเรือสุขสันต์ วันครอบครัว/คู่รัก กับเรือสำราญที่ทันสมัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบวงจร

- ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงส์โรมันส์ ในราคา 699 บาทราคานี้รวมนวดแผนไทย

ล่องเรือสำราญ
สามเหลี่ยมทองคำ -
เกาะดอนขาว (สปป.ลาว)
- อาณาจักรคิงส์โรมันส์

บริษัท ไทยไมล์ลิ่ง
082-555-XXXX

ราคาทัวร์
เพียงท่านละ 699 บาท

- อาหารพื้นเมือง/อาหารตะวันตก
- นวดแผนไทย
- การแสดงพื้นเมือง

ล่องเรือสุขสันต์ วัน
ครอบครัว/คู่รัก

1 เที่ยุ่ทริป บริการเต็มอิ่ม สุขเต็มกาย

ภาพประกอบ 23 แพ็คเกจทัวร์

ที่มา: ผู้วิจัย

3. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยมาก ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง(พืชน้ำ) ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารจีน และด้านบริการเสริมบนเรือเป็นการนวดแผนไทย ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์ : ล่องเรือชมวิว อินเชียงแสน โดยเรือสำราญขนาดใหญ่ ที่มีพื้นที่กว้างขวาง

ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงโรมันส์ ในราคา 699 บาท



ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ - เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) - อาณาจักรคิงโรมันส์

เพียงท่านละ 699 บาท

ราคานี้รวม

- อาหารจีน
- นวดแผนไทย
- การแสดงพื้นเมือง

บริษัทเคียวไม่จำกัด
๘๘๒-๕๕๕-xxxx

ภาพประกอบ 24 แพ็คเกจทัวร์

ที่มา: ผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของประเทศอื่นๆ ที่ให้บริการในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่ง

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่นอกเหนือเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เช่น เขตอำเภอเชียงของ หรือ ต่างจังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญในเขตอื่นๆ ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้หรือด้านอื่นๆ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และ พัฒนาการบริการ ให้มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเพิ่มขึ้นและถูกความพึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด



บรรณานุกรม

Aytun, O. U. a. H., Gogtas. . (2015). Destination attributes, satisfaction, and the cruise visitor's intent to revisit and recommend.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2015.1124446>

Cochran W.G. (1977). *Sampling Techniques* (2 Nd Ed.). New York: Wiley.

cosmenet.in.th. (2558). ล่องเรือแม่น้ำโขงไปเที่ยว "สิบสองปันนา".

<https://www.cosmenet.in.th/cosme-intrend/23077>

Fodor's Travel. Cruise Ships by Size. <https://www.fodors.com/cruises/101/choosing-your-ship/cruise-ships-by-size>

FTA Watch กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน. (2557). เจาะลึกเส้นทางสายไหมR3A
ทุนจีนทะลักยึดการค้า-โลจิสติกส์เบ็ดเสร็จ. <http://www.ftawatch.org/node/43536>

Jaime Levy. (2015). *UX Strategy* (Second release). United States of America.: O'Reilly
Media, Inc.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management An Asian Perspective* (t. ed). Singapore:
Prentice – Hall.

louangprabang. (2550). การเดินทางโดยเรือ, หลวงพระบาง.

<http://louangprabang.net/content.asp?id=7>

Lovelock, C. (1996). *Service Marketing* (3rd ed). New York: Prentice-Hall.

MGR Online. (2550, 7 มกราคม). ทุนไทย-จีน ทุ่มเปิดเรือสำราญหรูในแม่น้ำโขง เชื่อมท่องเที่ยวดิวตี้ฟรี สามเหลี่ยมทองคำ. *MGR Online*.

<https://mgronline.com/local/detail/9500000001584>

Olgun, K., Ceylan, A., & Ibrahim, T. D. . (2014). The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and word-of- mouth communication in the public healthcare industry. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 148, 161 - 169.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.,. (1998). SERQUAL: A multiple – item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12 – 40.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. . (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12 - 40
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L.,. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49, 41-50.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (4th ed). New Jersey: Englewood Cliffs.
- tourismchiangrai. ทัวร์แม่ฮ่องสอน. http://tourismchiangrai.com/?p=preview&id_travel=151
- Zeithaml, V. A., and Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing: Customer Focus Across the Firm* (2rd ed.). Massachusetts: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions*. New York: The Free Press.
- กรมเจ้าท่า. (2562). รายงานประจำปีงบประมาณ 2562 (ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารทางน้ำ), 111.
https://www.md.go.th/stat/images/pdf_report_stat/2563/year_62.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุรัตน์, พ. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ชลธิชา เตชวัชรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (บัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2241/1/chonticha_tech.pdf
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์นิมิต.
- ทัศนาศิริโชติ. (2555). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2562, 23 เมษายน). เปิดชื่อ 55 เมืองรอง รัฐบาลแจกเงินไปเที่ยว. ไทยรัฐออนไลน์.
<https://www.thairath.co.th/news/society/1551041>
- ธัญยสิดา สิริวิฑูรย์ปารม. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนวัยทำงานในเขต

[9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2/](#)

สำนักงานสถิติเชิงราย. (2562). สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา 2563, 167 - 168.

<https://drive.google.com/file/d/1hbw1TzI7eBGyDqarRr1XdXmwCDgrQgem/view>

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์, และ สมบัติ กาญจนกิจ. (2555, มกราคม-เมษายน). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ. 13(1), 133-148.

สุภัคร คำพะแย. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี. [http://www.research.rmutt.ac.th/wp-](http://www.research.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/07/115070509019-1.pdf)

[content/uploads/2011/07/115070509019-1.pdf](http://www.research.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/07/115070509019-1.pdf)

อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และ คณะ. (2561, มกราคม - มิถุนายน). พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวเรือสำราญและการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจเรือสำราญในกลุ่มท่องเที่ยวอันดามัน. 16(1), 194 - 205.

ภาคผนวก





ตาราง 17 ตารางข้อมูลแสดงค่าความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน จากแบบสอบถามออนไลน์

ลำดับของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ			
	ด้านโครงสร้าง เรือ	ด้านกิจกรรม บนเรือ	ด้านอาหารที่ ให้บริการบนเรือ	ด้านกิจกรรม เสริมบนเรือ
ID1	12.00	11.62	22.06	54.32
ID2	10.06	44.54	25.15	20.25
ID3	18.65	20.28	19.58	41.49
ID4	14.26	19.85	17.89	47.99
ID5	31.74	18.70	30.95	18.61
ID6	26.37	19.77	31.82	22.04
ID7	39.52	35.34	9.82	15.32
ID8	22.18	25.16	14.16	38.50
ID9	28.02	14.67	38.56	18.75
ID10	13.89	23.55	24.62	37.94
ID11	27.31	26.50	21.52	24.67
ID12	42.55	16.69	23.01	17.75
ID13	29.18	22.56	16.68	31.58
ID14	3.83	51.46	22.61	22.10
ID15	16.06	37.42	9.33	37.18
ID16	45.92	12.73	26.85	14.50
ID17	18.62	39.53	31.32	10.53
ID18	10.27	30.27	12.68	46.78
ID19	10.07	18.08	23.20	48.65
ID20	47.83	11.20	9.88	31.10
ID21	32.38	10.47	31.92	24.96

ตาราง 17 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ			
	ด้านโครงสร้าง เรือ	ด้านกิจกรรม บนเรือ	ด้านอาหารที่ ให้บริการบนเรือ	ด้านกิจกรรม เสริมบนเรือ
ID22	31.29	27.31	25.61	15.78
ID23	35.98	13.61	28.49	21.92
ID24	42.62	17.66	28.05	11.66
ID25	51.41	16.76	17.77	14.05
ID26	23.20	30.78	20.84	25.17
ID27	16.29	31.05	25.04	27.63
ID28	43.36	20.75	7.42	28.47
ID29	40.06	17.74	10.15	32.05
ID30	23.12	29.25	16.58	31.04
ID31	52.87	18.50	20.56	8.07
ID32	37.61	17.55	24.57	20.27
ID33	57.02	11.38	29.99	1.61
ID34	45.31	10.86	24.22	19.61
ID35	47.35	19.82	18.37	14.46
ID36	37.89	8.28	29.47	24.37
ID37	13.98	26.01	32.33	27.68
ID38	55.12	7.92	18.80	18.16
ID39	30.04	33.39	2.26	34.31
ID40	43.77	7.16	26.78	22.29
ID41	15.19	30.85	20.65	33.31
ID42	39.95	18.92	21.15	19.98

ตาราง 17 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ			
	ด้านโครงสร้าง เรือ	ด้านกิจกรรม บนเรือ	ด้านอาหารที่ ให้บริการบนเรือ	ด้านกิจกรรม เสริมบนเรือ
ID43	44.77	6.10	34.48	14.65
ID44	16.24	28.32	41.61	13.82
ID45	20.63	24.46	32.33	22.57
ID46	10.61	34.33	39.27	15.80
ID47	14.40	12.39	26.69	46.51
ID48	14.08	35.84	28.96	21.12
ID49	25.51	20.00	26.05	28.44
ID50	21.62	18.53	8.91	50.93
ID51	35.83	15.92	19.42	28.84
ID52	59.35	12.38	9.62	18.65
ID53	40.23	13.01	26.44	20.32
ID54	42.49	16.09	28.00	13.42
ID55	30.52	19.09	19.09	31.29
ID56	11.20	43.46	23.15	22.18
ID57	16.43	21.27	16.32	45.98
ID58	26.94	30.89	18.26	23.91
ID59	28.06	34.90	22.05	14.99
ID60	19.87	9.75	29.09	41.29
ID61	9.05	28.55	22.47	39.93
ID62	13.53	14.27	44.79	27.41
ID63	26.63	19.78	12.39	41.19

ตาราง 17 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ			
	ด้านโครงสร้าง เรือ	ด้านกิจกรรม บนเรือ	ด้านอาหารที่ ให้บริการบนเรือ	ด้านกิจกรรม เสริมบนเรือ
ID64	9.87	21.51	25.48	43.13
ID65	11.39	20.52	42.83	25.26
ID66	24.08	22.52	34.59	18.82
ID67	13.76	4.70	30.23	51.32
ID68	4.96	38.35	30.11	26.58
ID69	16.41	25.72	19.35	38.52
ID70	28.22	28.73	20.48	22.57
ID71	8.41	25.77	20.20	45.62
ID72	32.37	18.18	19.58	29.87
ID73	24.33	12.90	14.94	47.84
ID74	11.32	21.15	30.95	36.58
ID75	3.46	37.42	26.20	32.92
ID76	11.60	24.46	33.46	30.48
ID77	16.97	19.99	30.07	32.97
ID78	14.74	29.71	28.44	27.11
ID79	13.61	19.96	40.41	26.03
ID80	34.18	12.36	27.55	25.91
ID81	9.14	31.34	31.92	27.60
ID82	47.38	5.87	36.24	10.52
ID83	47.39	9.07	12.86	30.68
ID84	12.20	25.36	33.94	28.50

ตาราง 17 (ต่อ)

ลำดับของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม	คุณลักษณะที่เลือกใช้บริการเรือสำราญ			
	ด้านโครงสร้าง เรือ	ด้านกิจกรรมบน เรือ	ด้านอาหารที่ ให้บริการบน เรือ	ด้านกิจกรรม เสริมบนเรือ
ID85	8.05	12.12	29.73	50.10
ID86	25.87	8.60	36.92	28.61
ID87	32.38	35.28	29.56	2.78
ID88	12.22	41.60	9.54	36.64
ID89	11.81	13.36	47.97	26.86
ID90	12.79	14.62	16.03	56.56
ID91	9.28	30.21	29.89	30.61
ID92	4.02	26.63	49.79	19.56
ID93	10.75	32.71	27.37	29.17
ID94	4.08	23.75	32.75	39.42
ID95	38.55	15.47	21.36	24.62
ID96	16.30	22.93	29.59	31.19
ID97	34.49	15.99	34.36	15.16
ID98	20.75	27.84	24.89	26.51
ID99	24.23	11.22	33.66	30.89
ID100	18.00	17.70	33.58	30.73





การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์

คำชี้แจง

1.แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดทำารวิจัยการตลาด หลังสุดลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา “การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย” เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มากที่สุด และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามฉบับนี้ทางผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการวิจัยทางวิชาการเท่านั้น การนำเสนอข้อมูลจะถูกนำเสนอในรูปแบบของบทสรุปภาพรวมโดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามฉบับนี้เพื่อจะทำให้ผู้วิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์

แบบสอบถามมี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1.แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2.แบบจำลองสถานการณ์ตัวเลือกการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 15 - 20 ปี

☐ 21 - 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน

☐ หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ อื่นๆ.....

6. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,000 – 20,000 บาท

☐ 20,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001 - 40,000 บาท

☐ 40,001 - 50,000 บาท

☐ มากกว่า 50,000 บาท

7. ที่อยู่อาศัย (ภูมิลำเนา)

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคอีสาน

☐ ภาคใต้

ส่วนที่ 2.แบบจำลองสถานการณ์ตัวเลือกการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญที่กำหนดให้
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงประสงค์ของท่านมากที่สุด

คำถามที่ 1

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก
กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	คาบาริ
อาหารที่ให้บริการบน เรือ	อาหารภาคเหนือ	อาหารตะวันตก	อาหารภาคเหนือ
บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านสะดวกซื้อ
	☐	☐	☐

คำถามที่ 2

คุณลักษณะการบริการ บริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	พื้นที่กิจกรรม
กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	ฟังเพลงดนตรีสด	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)
อาหารที่ให้บริการบน เรือ	อาหารตะวันตก	อาหารจีน	อาหารภาคเหนือ
บริการเสริมบนเรือ	ร้านสะดวกซื้อ	ร้านสะดวกซื้อ	ตู้มถ่ายรูป
	☐	☐	☐

คำถามที่ 3

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ
กิจกรรมบนเรือ	ฟังเพลงดนตรีสด	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	คาบารี
อาหารที่ให้บริการบน เรือ	อาหารตะวันตก	อาหารทะเล	อาหารตะวันตก
บริการเสริมบนเรือ	ที่พัก	นวดแผนไทย	นวดแผนไทย
	☐	☐	☐

คำถามที่ 4

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	พื้นที่กิจกรรม
กิจกรรมบนเรือ	คาบารี	ฟังเพลงดนตรีสด	ฟังเพลงดนตรีสด
อาหารที่ให้บริการบน เรือ	อาหารทะเล	อาหารตะวันตก	อาหารทะเล
บริการเสริมบนเรือ	ซุ้มถ่ายรูป	ซุ้มถ่ายรูป	ร้านสะดวกซื้อ
	☐	☐	☐

คำถามที่ 5

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	พื้นที่กิจกรรม	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก
กิจกรรมบนเรือ	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)	คาบาเร่
อาหารที่ให้บริการบนเรือ	อาหารจีน	อาหารทะเล	อาหารจีน
บริการเสริมบนเรือ	ซุ้มถ่ายรูป	ที่พัก	ที่พัก
	☐	☐	☐

คำถามที่ 6

คุณลักษณะการบริการ ของบริษัทนำเที่ยวเรือ สำราญ	ตัวเลือกที่ 1	ตัวเลือกที่2	ตัวเลือกที่ 3
โครงสร้างเรือ	พื้นที่ใช้สอยบนเรือ	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	พื้นที่กิจกรรม
กิจกรรมบนเรือ	ฟังเพลงดนตรีสด	ฟังเพลงดนตรีสด	การแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ)
อาหารที่ให้บริการบนเรือ	อาหารภาคเหนือ	อาหารตะวันตก	อาหารจีน
บริการเสริมบนเรือ	นวดแผนไทย	ซุ้มถ่ายรูป	นวดแผนไทย
	☐	☐	☐

** ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย **

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล พิมพ์ชนก เวียร์รา
วัน เดือน ปี เกิด 18 มีนาคม 2537
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา พ.ศ. 2560
 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ
 จาก มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
 พ.ศ. 2563
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

