

การออกแบบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

โดยเทคนิคการวิเคราะห์คอนจอยท์

TOURISM DESIGN IN CHIANG SAEN DISTRICT, CHIANG RAI

BY CONJOINT ANALYSIS TECHNIQUE

พิมพ์ชนก เวียร์รา อินทกะ พิริยะกุล

Pimchanok Vierra¹, Intaka Piriyakul²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 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 ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือและด้านกิจกรรมบนเรือ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน อย่างมี

¹ Marketing, Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Corresponding Author,
Email Address: pimchanokvierra@gmail.com

² Faculty of Business administration for society, Srinakharinwirot University, Email Address: intaka@g.swu.ac.th

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 7) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การออกแบบการท่องเที่ยว, การตัดสินใจ, บริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ, การวิเคราะห์คอนจอยท์

Abstract

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 Thai tourists visiting in the Chiang Saen district of Chiang Rai, aged over 15 years, 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.

Keywords: Tourism design, Decision, Cruise ship travel agency, Conjoint analysis

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นส่วนที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ารวมถึง 2.75 ล้านล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็น 20% ของ GDP ประเทศไทย (มาร์เก็ตเรียร์, 2561) ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญ จึงมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี 2558 ได้ประกาศกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว 5 กลุ่มท่องเที่ยวตามประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และในปี 2562 กระทรวงการคลังและการท่องเที่ยวและกีฬาได้ร่วมมือกันกระตุ้นเศรษฐกิจด้วย

การสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) การเที่ยวเมืองรองใน 55 จังหวัด ซึ่งจังหวัด เชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งในการที่ได้ถูกรับการสนับสนุนทั้งการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวน่านอง และการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีภาษาพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมที่หลากหลายทางชาติพันธุ์ในรูปแบบล้านนา เมืองโบราณ และสถานที่อันเก่าแก่ จึงเป็นที่นิยมชมชอบของนักท่องเที่ยวในการมาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะอำเภอเชียงแสน เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงราย มีซากเมืองที่เก่าแก่อยู่ในบริเวณตัวอำเภอ ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยว และท่าเรือขนส่งสินค้าที่สำคัญในภาคเหนือ อำเภอเชียงแสนมีพื้นที่ซึ่งเรียกว่า สามเหลี่ยมทองคำเป็นบริเวณที่บรรจบกันของชายแดนสามประเทศ คือ ไทย ลาว และพม่า อำเภอเชียงแสนติดกับแม่น้ำโขงซึ่งทำให้มีการสัญจรทางน้ำไม่ว่าจะเป็นขนส่งสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณ สถานที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และยังสามารถข้ามชายแดนไปเที่ยวเยี่ยมชมประเทศเพื่อนบ้าน จึงเกิดเป็นพื้นที่ทำเรื่องในการค้าขายและการท่องเที่ยว พื้นที่ในอำเภอเชียงแสนมีสิ่งปลูกสร้างและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในตัวเมืองของอำเภอเชียงแสน และพื้นที่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำโขงของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเรือสำราญ บริษัทนำเที่ยว และกิจการร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนมาก

ธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การล่องเรือสำราญเป็นการเที่ยวแบบเปิดประสบการณ์ใหม่ ชมวิวทิวทัศน์ ริมฝั่งแม่น้ำโขง ทั้งนี้ด้วยจุดขายที่โดดเด่นในด้านวัฒนธรรม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ วิถีชุมชนริมแม่น้ำของชาวลาว และชาวเมียนมาร์ อาหาร กิจกรรมการศึกษาดูงาน รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง เส้นทางในการเดินเรือเชิงการท่องเที่ยวมี 2 รูปแบบ คือ การเดินเรือแบบระยะใกล้ และระยะไกล เส้นทางเดินเรือระยะใกล้ คือ เดินทางไปสามเหลี่ยมทองคำ เกาะดอนซาว พาราไดซ์ เชียงของ การเดินเรือระยะไกล คือ การเดินทางไปยังต่างประเทศ คือ สิบสองปันนา (ประเทศจีน) และหลวงพระบาง (ประเทศลาว) ซึ่งจากข้อมูลของกรมเจ้าท่าปี 2562 พบว่า มีผู้โดยสารที่ใช้บริการเรือเพื่อการท่องเที่ยวและโดยสารเรือข้ามฟากมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทุกๆ ปี ตั้งแต่ปี 2552 มีจำนวนผู้โดยสาร 657,958 คน จนมาถึงในปี 2561 มีจำนวน 1,226,469 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ ผู้ประกอบการ และนักการตลาด รวมถึงผู้ที่สนใจในธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญสามารถนำไปปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อแสดงระดับปัจจัยในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานในการวิจัย

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

2. คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ เพื่อนหรือบุคคลอื่น เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล และคนอื่นๆ, 2556, น.1-13 - 1-15) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบอยู่ 5 องค์ประกอบ คือ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพิจารณาองค์ประกอบแต่ละส่วน จะทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ

การให้บริการเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ให้กับผู้บริโภค สินค้าไม่มีตัวตนนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการนำไปสู่ความพึงพอใจได้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1998) กล่าวว่า ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Service Quality Satisfaction) เป็นปัจจัยที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการเป็นหลักพื้นฐาน เพราะองค์กรธุรกิจท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการในแบบทั่วไป ต้องมุ่งเน้นการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญและการจัดการที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคล นักท่องเที่ยว นักเดินทาง ลูกค้า ผู้บริโภค หรือผู้รับบริการ เป็นการอำนวยความสะดวกสบาย ความเชื่อถือ เชื่อใจ ไว้วางใจ ความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ , 2552)

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวเรือสำราญ

ธุรกิจของอุตสาหกรรมเรือสำราญมีมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ โรมัน และกรีก ในยุคนั้นเป็นเรือขนาดใหญ่เดินเรือเพื่อการขนส่งสินค้า เรือสำราญเริ่มมีการพัฒนามาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบันที่มี 3 ขนาด ดังนี้ คือเรือขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก แต่ละขนาดจะมีพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมบนเรือที่แตกต่างกันออกไป เรือสำราญ Cruise ships เป็นเรือที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ลักษณะในการเดินเรือจะเป็นการท่องเที่ยวแบบทัวร์ 1-3 วัน การทัวร์โดยเรือสำราญจะเป็นการแวะตามจุดท่าเรือในของแต่ละประเทศ ลักษณะเฉพาะของธุรกิจเรือสำราญ คือ การผสมผสานระหว่างธุรกิจที่พักและการคมนาคม โดยกิจกรรมบนเรือจะมีทั้งกิจกรรมที่มีสาระและความบันเทิง

เพื่อได้ทำกิจกรรมระหว่างเดินทางล่องเรือได้อย่างเพลิดเพลิน โดยมีบริการพื้นฐาน คือห้องอาหาร การแสดง กาลิโน สปา ร้านปลอดภาษี คลับ และสระว่ายน้ำ เป็นต้น อาจจะมีบริการเสริมอื่นๆ รวมด้วยขึ้นอยู่กับประเภทของ เรือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเรือสำราญในประเทศไทยมีมานานกว่า 30 ปี ซึ่งเป็นการให้บริการด้านเรือสำราญ ขนาดเล็ก ธุรกิจการท่องเที่ยวทางน้ำ รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว จึงส่งเสริมและสนับสนุนการ ท่องเที่ยวทางน้ำทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการขยายตัวของกิจการการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ เกิดธุรกิจ และท่าเรือ เพิ่มมากขึ้นในทุกภาคส่วนของประเทศ (ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2558)

แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เพื่อแบ่งผู้บริโภคให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น คือ 1. เพศ (Sex) เป็นการแบ่งส่วน ตลาดที่สำคัญ ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความชัดเจนที่จะแบ่งส่วนตลาดตามเพศหญิงหรือเพศชาย 2. อายุ (Age) อายุสามารถบ่งบอกได้ถึงความต้องการและความสนใจในสินค้าต่างๆ 3. สถานภาพ (Status) ลักษณะของ สถานภาพทางครอบครัวที่เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสนใจในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจำนวนการซื้อ และ ลักษณะของบุคคลในครัวเรือนในการใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง 4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด 5. ภูมิลำเนา (Resident) ภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่อาศัยแต่ละที่มีชนชาติที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน นำมาซึ่งความเชื่อและลักษณะทางการเมือง ที่แตกต่างกันในแต่ละ พื้นที่ (นภวรรณ คณานุรักษ์, 2556, น.34-38)

แนวคิดเกี่ยวกับ UX Strategy

เป็นกลยุทธ์แผนรายละเอียดสำหรับวิธีการที่จะทำให้ประสบการณ์ของผู้ใช้กับแบรนด์สอดคล้องกันกับ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์โดยรวมของบริษัท (Jaime Levy, 2015, p.1-35) กระบวนการก่อนที่จะทำการออกแบบ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ซึ่งต้องมีการตรวจสอบกับลูกค้าผู้ที่มีประสิทธิภาพในการที่จะพิสูจน์ว่าสิ่งที่บริษัท กำลังจะผลิตขึ้นมาเป็นที่ต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคหรือไม่ และยังเป็นการวางแผนในระดับสูงที่เป็นการ วางแผนในแบบ “ภาพใหญ่” เพื่อที่จะทำให้อุปกรณ์บรรลุไปถึงเป้าหมายที่ต้องการในความไม่แน่นอนของ องค์ประกอบต่างๆ UX Strategy เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างและทำตาม “แผนการ” จะทำให้จากจุดเริ่มต้น A ไปถึงจุด B ที่ต้องการ (เป้าหมาย) ในเวลาอันรวดเร็ว (ICHI.PRO, 2020)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ได้อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่า คือระยะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างแท้จริง ในการจะประเมินการ ตัดสินใจซื้อ Armstrong กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อประกอบไปด้วย 5 ระยะ (Kotler, 2003, p.171) ผู้บริโภคมักจะ ต้องมีการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการทุกครั้งเสมอ จึงสามารถแบ่งกระบวนการตัดสินใจของ ผู้บริโภคมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need arousal) การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหา หรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ แรงในการกระตุ้นความต้องการอาจเกิดภายในร่างกายตัวเองหรือเกิดจาก นักการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการแล้วจะพิจารณาหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องหลายๆ ยี่ห้อ ขั้นตอนที่ 3 การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ (Pre-purchase alternative evaluation) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูล ข่าวสาร มาครบถ้วนแล้วจะนำมาใช้ประโยชน์ในการ เลือกซื้อสินค้าทำการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละตราสินค้า ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ (Purchase decision) บริโภคจะได้สินค้าและตราสินค้าที่ตรงกับสิ่งที่ตั้งใจไว้กับของตนเองมากที่สุดที่จะซื้อ และนี่คือผู้บริโภคจะเกิดความ

ตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่จะทำการซื้อจริงๆ อาจมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) (Armstrong, G., & Kotler, 2012)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) คือเทคนิคในการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์เพื่อหาคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ (Attribute) และระดับ (Level) เหมาะสมที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ กระบวนการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม 1. การกำหนดคุณลักษณะ (Attribute) และระดับคุณลักษณะ (Attribute level) การเลือกคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการควรเลือกคุณลักษณะที่สามารถควบคุมและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection) การกำหนดคุณลักษณะจะต้องมีความเป็นอิสระต่อกันหรืออาจจะมีการเทียบเป็นคู่ว่าชอบแบบไหนมากกว่ากัน 3. การประมาณความพึงพอใจ 4. การวัดผล (Measurement scale) การวัดความพึงประสงค์ต้องใช้ระดับอันดับ (Rank) หรือการให้คะแนนตามลำดับความพึงประสงค์ 5. การประมาณค่า (Estimation procedure) 6. การวิเคราะห์ผลชุดแบบจำลอง (Simulation analysis) ทำได้หลากหลายวิธี เช่น Maximum Utility (ค่าอรรถประโยชน์สูงสุด), Average Utility (Bradley-Terry-Luce), LOGIT และ PROBIT (มนตรีพิริยะกุล, 2555, น.252-271)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบบออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง 1. กลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างเพื่อที่จะได้นำข้อมูลมารวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ 2. กลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนด้วย (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 0.10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 96.04 ตัวอย่าง และเพิ่มไว้ 4 ตัวอย่าง รวมเป็น 100 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ 1. เครื่องบันทึกเสียง หรืออุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำมาถอดเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษร 2. สมุดบันทึก เพื่อจดบันทึก ข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก 3. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งอาจถามคำถามเรียงตามข้อหรือไม่ก็ได้ และอาจถามคำถามเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ตั้งไว้แต่ไม่เกินขอบเขตในการศึกษา โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างนี้ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม มีข้อคำถามดังนี้ 1) โครงสร้างเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ 2) กิจกรรมบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ 3) การบริการเสริมมีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ 4) หมวดหมู่ของการให้บริการด้านอาหารบนเรือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา จำนวน 7 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ โดยใช้สถานการณ์ (Profile) ซึ่งแบบสอบถามมีหลายตัวเลือก (Multichotomous Questions) ตามจำนวนของสถานการณ์ (Profile) ในแต่ละข้อจะแสดงสถานการณ์ (Profile) ที่ละ 3-4 สถานการณ์ (Profile) ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเลือกเพียงสถานการณ์เดียวเท่านั้น (Profile) ที่พึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจำนวนข้อขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (Profile) ทั้งหมดที่ต้องการแสดง

ผลการวิจัย

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

2. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับโครงสร้างเรือ ที่มีพื้นที่ใช้สอยเยอะ มีกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ) มีอาหารที่ให้บริการเป็นอาหารจีน และมีบริการเสริมเป็นนวดแผนไทย นอกจากนี้ในด้านค่าความสำคัญ (Importance weight) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านบริการเสริมบนเรือ เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือ และด้านกิจกรรมบนเรือ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ให้ความสำคัญกับการมีบริการเสริมที่เป็นการบริการเสริมบนเรือนอกเหนือจากการบริการปกติ ซึ่งเป็นการบริการที่เพิ่มความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซึ่งอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอันดับสอง อาหารถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องให้ความสนใจเนื่องจากการเดินทางโดยเรือไม่สามารถจัดหาอาหารได้ด้วยตนเองในระหว่างเดินทางเรือจึงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ โครงสร้างของเรือเป็นการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญที่ต้องใช้เวลานานในการอยู่บนเรือสำราญ การมีพื้นที่ใช้สอยที่กว้าง มีบริเวณซึ่งเหมาะแก่การชมบรรยากาศสองข้างทางริมฝั่งโขง ที่เป็นเสน่ห์ของการล่องเรือสำราญ กิจกรรมการแสดงเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอันดับที่สี่ กิจกรรมเป็นการสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินในการล่องเรือ ชมความสวยงามของศิลปะการแสดงพื้นเมือง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอรรถประโยชน์ (Utility) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

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

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความสำคัญ (Importance Weight) ของการบริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

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

สรุปและอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง เพศชายปฏิบัติคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล และอาหารตะวันตก เนื่องจากทัศนคติ ความรู้ด้านอาหารของแต่ละบุคคลต่างกัน จึงทำให้เลือกรับประทานอาหารไม่เหมือนกัน ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่

ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน จากงานวิจัยของ ทศนา ศิริโชติ (2555, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทศนคติ และ พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เพราะฉะนั้นจากผลวิจัยจึงทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านอาหาร การบริการอาหารบนเรือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะเมื่ออยู่บนเรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถเลือกซื้ออาหารได้ด้วยตนเองในขณะที่ล่องเรือ อาหารที่ให้บริการบนเรือจึงจำเป็นต้องให้ความใส่ใจ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านบริการเสริมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศหญิงหรือชายมีพฤติกรรมการเลือกสินค้าหรือบริการที่คล้ายกันได้ ในยุคปัจจุบันสื่อ หรือข้อมูลข่าวสาร สามารถหาได้ง่ายตามแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจ เพศหญิงหรือชายต่างก็สามารถเรียนรู้หรือรับรู้ข่าวสารที่เท่าเทียมกันได้ จึงทำให้เพศหญิงหรือชายให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว การบริการต่าง ๆ ของบริษัทนำเที่ยวที่ต้องการเลือกใช้บริการได้ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน 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 ยอมรับกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือในการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) และฟังเพลงดนตรีสด และปฏิเสธด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) เนื่องจากความชอบ และความสนใจของแต่ละบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงตามประสบการณ์ และการเรียนรู้ เพราะฉะนั้นความชอบด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือจึงต่างกัน ด้านกิจกรรมบนเรือ การแสดงในแต่ละประเภทจะสื่อถึงความชอบ ความรักในศิลปะแต่ละแขนงต่างกัน ความนิยมชมชอบที่ต่างกันด้วยอายุ และการเติบโตที่ต่างยุคสมัย ส่วนด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการเลือกรับประทานอาหารย่อมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านิยมและกระแสสังคมที่ได้รับมาจากสื่อโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานอาหารที่ต่างกัน ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน อ้างอิงจาก ปวีณภัทร นิธิตันติวัฒน์ และวรางคณา อุดมทรัพย์ (2560, น.122-123) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทยผลกระทบและแนวทางแก้ไข และ ธัญย์สิตา สิริวิชญ์ปารม (2560, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าอายุที่ต่างกันจะมีความสนใจในด้านการบริการเสริม และด้านโครงสร้างเรือที่คล้ายกัน

เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเรือสำราญ คือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ต้องมีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว แต่ละช่วงอายุจึงอาจมีความสนใจ วิธีหรือรูปแบบการเลือกบริการที่เหมือนกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยบนเรือ และปฏิเสธด้านบริการเสริมบนเรือที่มีชুমถ่ายภาพ และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารพื้นเมือง (ภาคเหนือ) และอาหารตะวันตก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันทำให้เกิดการตัดสินใจที่แตกต่าง หน้าที่ความรับผิดชอบ หรือความอิสระ เช่น สถานภาพโสดจะมีการตัดสินใจที่เป็นอิสระ ใช้ระยะเวลาการตัดสินใจในระยะสั้น ด้านโครงสร้างเรือนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดไม่ต้องการพื้นที่ใช้สอยแต่นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/แต่งงานยอมรับการมาเที่ยวกับครอบครัว จึงอาจต้องพิจารณาสถานที่นั้นๆ มีพื้นที่ใช้สอย ลานกว้างให้ลูกวิ่งเล่นหรือไม่ อาหารที่ให้บริการ ลูกรับประทานได้หรือไม่ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดปฏิเสธด้านบริการเสริมที่เป็นชুমถ่ายภาพ เนื่องจากมาท่องเที่ยวคนเดียวจะต้องถ่ายภาพด้วยตนเอง จึงทำให้ไม่สะดวกในการถ่ายภาพตัวเองที่จะทำให้ออกมาสวยหรือครบองค์ประกอบของรูปภาพ มักจะชอบถ่ายภาพวิวทิวทัศน์มากกว่า การมีชุมถ่ายภาพเพื่อถ่ายตนเองจึงไม่เหมาะกับคนที่มีสถานภาพโสดในการมาเที่ยวคนเดียว ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่า การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ชมสิ่งที่สวยงาม บรรยากาศสองข้างทางฝั่งโขง การมีกิจกรรมที่ช่วยทำให้ผ่อนคลาย เพลิดเพลิน ด้านสถานภาพไม่ได้เป็นข้อจำกัดในความชอบของกิจกรรมบนเรือ ทุกสถานภาพสามารถชอบกิจกรรมที่เหมือนกันได้ การมีสื่อออนไลน์ที่ได้รับชมหรือฟังทำให้เกิดรสนิยมที่คล้ายกัน ไม่ว่าสถานภาพไหนก็สามารถชอบและให้ค่าความสำคัญกับกิจกรรมบนเรือที่คล้ายกันได้ จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานภาพ

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีปฏิเสธคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และยอมรับด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นฟังเพลงดนตรีสด ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล

และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการฟังเพลงดนตรีสด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ระดับการศึกษา ความรู้ ประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมีผลจากการศึกษา เนื่องจากทุกคนมีโอกาสในการศึกษามาไม่เท่ากัน ทำให้มีรสนิยม ค่านิยมที่ต่างกันด้วย จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรม และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านบริการเสริมบนเรือไม่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านบริการเสริมบนเรือเป็นด้านการเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวบนเรือสำราญ ฉะนั้นแล้วไม่ว่าจะศึกษาระดับการศึกษาไหน จึงสามารถให้ความสำคัญหรือสนใจในการบริการเสริมที่คล้ายกันได้ เพื่อความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษายอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) และปฏิเสชคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการฟังเพลงดนตรีสด และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารทะเล นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน สังคมการทำงานที่ต่างกัน ประสบการณ์ในการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลต่อรสนิยมและทัศนคติ ที่ทำให้เลือกความสำคัญด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านบริการเสริมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเรือสำราญของทุกอาชีพ มีความต้องการความสะดวกสบายในการพักผ่อนกับการเดินทางท่องเที่ยว จึงมีความสนใจและให้ความสำคัญกับด้านการบริการเสริมที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือ

เท่ากับ 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 มีการใช้จ่ายหรือบริโภคสินค้าและบริการที่ต่างกัน มีการจัดสรรในการใช้จ่าย-รับที่ไม่เท่ากัน เช่น ผลจากการวิจัยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะให้ความสำคัญกับด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาหารปัจจัย 4 นักท่องเที่ยวเลือกในสิ่งที่จำเป็นมากกว่าสิ่งที่ฟุ่มเฟือยซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ที่ให้ความสำคัญ ด้านกิจกรรมบนเรือ อาหารที่ให้บริการ และบริการเสริมบนเรือทั้งหมดนี้ จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือไม่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านโครงสร้างเรือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกใช้บริการเรือสำราญ เพื่อความสะดวกสบาย และความปลอดภัยในการใช้งานบนเรือ ฉะนั้นไม่ได้มีข้อจำกัดด้านรายได้ต่อเดือนในการใช้บริการเรือสำราญ

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลดังนี้ การเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคกลาง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาภาคใต้ ยอมรับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือที่เป็นอาหารตะวันตก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะ ความชอบ และความคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ด้านโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และด้านบริการเสริมบนเรือไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างภูมิลำเนาเมื่อมาเยือนสถานที่เดียวกัน อาจมีความสนใจ หรือมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อการเดินทางพักผ่อน ชมความงาม ประสบการณ์ใหม่ในการล่องเรือสำราญ ภูมิลำเนาจึงไม่ได้เป็นข้อจำกัดในด้านของโครงสร้างเรือ ด้านกิจกรรมบนเรือ และบริการเสริม เช่น ด้านกิจกรรมบนเรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาภาคเหนือมีจุดประสงค์คล้ายกันว่าต้องการชมการแสดงของทางภาคเหนือที่เป็นเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะการบริการของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ มีอิทธิพลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ ผลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านบริการเสริมบนเรือเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือ ด้านโครงสร้างเรือ และด้านกิจกรรมบนเรือ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการเลือกใช้บริการเรือสำราญ ด้านบริการเสริมบนเรือเป็นการบริการเสริมที่มีนอกเหนือจากการบริการปกติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีการให้ความสำคัญมาก เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะรับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับที่สอง ปัจจัยด้านโครงสร้างเรือเป็นปัจจัยที่ควรพิจารณาเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ลักษณะเรือ และพื้นที่บริเวณเรือเหมาะแก่การพักผ่อนในระหว่างการเดินทางที่ต้องใช้ระยะเวลาหรือไม่ ด้านกิจกรรมบนเรือสำราญเป็นการสร้างความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้ร่วมสนุกกับการเดินทาง ทั้ง 4 คุณลักษณะที่กล่าวมาถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการเรือสำราญที่ส่งผลต่อค่าความพึงประสงค์ของบริษัทนำเที่ยวเรือสำราญ

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษา มาออกแบบการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นแพ็คเกจเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะภาพโสด ให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านโครงสร้างที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกบนเรือสำราญ ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดง ฟังเพลงดนตรีสดที่ให้บริการ ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารทะเล และมีบริการเสริมที่ให้บริการบนเรือเป็นที่พัก ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์: ล่องเรือซอร์ค เอาใจคนโสด 2 คืน 1 วัน อิมทะเล นอนหลับ เทียวสบาย ในที่เดียว กับเรือสำราญที่ทันสมัยและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เพียงท่านละ 1,299 บาท ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงส์โรมันส์

2. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ) ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารตะวันตกและอาหารพื้นเมือง และด้านบริการเสริมบนเรือเป็นการนวดแผนไทย ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์: ล่องเรือสุขสันต์ วันครอบครัว/คู่รัก กับเรือสำราญที่ทันสมัยและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบวงจร ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงส์โรมันส์ ในราคา 699 บาท ราคานี้รวมนวดแผนไทย

3. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือที่มีพื้นที่ใช้สอยมาก ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการแสดงพื้นเมือง (พ็อนรำ) ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารจีน และด้านบริการเสริมบนเรือเป็นการนวดแผนไทย ซึ่งจะสามารถจัดออกมาเป็นแพ็คเกจทัวร์ ได้ดังนี้

โปรแกรมทัวร์ : ล่องเรือชมวิว อินเซียงแสน โดยเรือสำราญขนาดใหญ่ ที่มีพื้นที่กว้างขวาง ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงโรมันส์ ในราคา 699 บาท

4. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมบนเรือที่มีการฟังเพลงดนตรีสด ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารทะเล และด้านบริการเสริมบนเรือมีที่พัก

โปรแกรมทัวร์ : 2 คืน 1 วัน ล่องเรือชมความงามในลุ่มแม่น้ำโขง พร้อมเรือขนาดใหญ่ อุปกรณ์ครบครัน ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงโรมันส์ ในราคา 1,299 บาท

5. จากผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคใต้ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านโครงสร้างเรือที่เป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมบนเรือที่เป็นการแสดงพื้นเมือง (ฟ้อนรำ) ด้านอาหารที่ให้บริการบนเรือเป็นอาหารตะวันตก และด้านบริการเสริมบนเรือมีเรือชมถ่ายรูป

โปรแกรมทัวร์ : ชมวิว ทิวทัศน์ พร้อมชมถ่ายรูปไปอวดเพื่อนกับเรือสำราญขนาดใหญ่และทันสมัย อาหารตะวันตกสุดพิเศษ ล่องเรือสำราญ สามเหลี่ยมทองคำ – เกาะดอนขาว (สปป.ลาว) – อาณาจักรคิงโรมันส์ ในราคา 699 บาท

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผศ.ดร.อินทกะ พิริยะกุล ประธานคณะกรรมการควบคุม รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล, รองศาสตราจารย์ ดร.สุพาดา สิริกุดตา, ดร.เพชรรัตน์ จินต์นุพงศ์, ดร.จรินทร์ จารุเสน และ ดร.เศรษฐวิสุภ์ พรหมสิทธิ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ความรู้ แนวคิด และวิธีการ ในการทำวิจัยฉบับนี้ ตลอดจนคอยช่วยเหลือ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้วิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความเมตตาของอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมเจ้าท่า. (2562). รายงานประจำปีงบประมาณ 2562 (ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร ทางน้ำ). ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2563, จาก

https://www.md.go.th/stat/images/pdf_report_stat/2563/year_62.pdf

ชลธิชา เตชะธรรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ทัศนาศิรีโชติ. (2555). ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ไทยรัฐออนไลน์. (2562). เบียดซื้อ 55 เมืองรอง รัฐบาลแจกเงินไปเที่ยว. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/news/society/1551041>

ธัญลิตา สิริวิญญ์ปารม. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.

นภวรรณ อดานุกรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1, 34-38, 34). กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.

- ปวีณภัทร นิธิตันติวัฒน์ และวรางคณา อุดมทรัพย์. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของวัยรุ่นไทย ผลกระทบและแนวทางแก้ไข. *ภาควิชาการพยาบาลเด็ก*, 28(1), 122.
- ไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2558). การท่องเที่ยวเรือสำราญกับความท้าทายของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2563, จาก <http://etatjournal.com/web/component/content/article?id=682:42015-cruise>
- มนตรี พิริยะกุล. (2555, เมษายน-มิถุนายน). Conjoint Analysis. *วิทยาศาสตร์*, 29(2), 252 - 272.
- มาร์เก็ตเซียรี่. (2561). ภาคการท่องเที่ยวไทยครึ่งปีแรกโตต่อเนื่อง แม็กเน็ตท่องเที่ยวใหม่ๆ แข็งแกร่ง เปิดไคคอนสยามปลายปี หนุนท่องเที่ยวโตทะลุเป้า. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563, จาก <https://marketeeronline.co/archives/63542>
- ราณี อิศัยกุลและคณะ. (2556). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 7, 8-5, 8-26, 8-5). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาลัยสุขโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. (2559). ประวัติอำเภอเชียงแสน. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2563, จาก <https://district.cdd.go.th/chiangsaeen/about-us/ประวัติความเป็นมา/>

ภาษาอังกฤษ

- Armstrong, G., & Kotler. (2012). *Principles of marketing*. New York: Pearson Education.
- ICHI.PRO. (2020). UX Strategy คืออะไร. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2563, จาก <https://ichi.pro/th/ux-strategy-khux-xari-66011834328762>
- Jaime Levy. (2015). *UX Strategy (Second release)*. United States of America: O'Reilly Media.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management An Asian Perspective (13th ed)*. Singapore: Prentice – Hall.
- 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.