

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของ
ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด

**The Factors Affedting Consumers With Decision To Use Tourism
Business Service Around Phuket City Of True Design Holidays Co.,Ltd.**

นางสาววิภาวี พุนทองชัย

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท และเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการ รวมทั้งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 125 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิตินำเสนอค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-Test , f-Test , ANOVA ในการทดสอบตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท และรับจ้างทั่วไป และมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,001 - 20,000 บาท ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า มีการเลือกใช้บริการในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) และเคยใช้บริการ 1 ครั้ง ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการกับเพื่อน และจะใช้แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต ในด้านความสามารถในการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านการบริการที่สัมผัสได้ และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

Abstract

This research study on “The Factors Affedting Consumers With Decision To Use Tourism Business Service Around Phuket City Of True Design Holidays Co.,Ltd.” As the quantitative research purposes. To study the level of feedback in decision making to select the service level of quality of service of the company and compare the decision to select the use of the service personal factors and behaviors using the service. As well as learn the quality of service that affect the decision of the business service visit around the city of Phuket of customers of True Design Holiday limited by all Subject 125 people to use the query as a tool to collect data and processed by the program building blocks the statistics presented the percent value Standard Deviation Statistics student, f-test, the ANOVA to test the variable.

The results of the findings showed that the questionnaire respondents would have a majority of personal, male-to-age males in the age of 25 – 30, most of them have a profession, company, employee/employee, company, and general employment and have income per month in the range of 10,001-20,000 baht in the service usage habits. The service has been selected on weekends (Sat-sun) and used to use the service once, most of them will use the service with a friend and will use the resources from the Internet by the respondents to focus on the quality of service that will affect the decision-making business around Phuket. In the field of ability to provide service to meet security needs, touch service, and reliability, respectively.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา โดยสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเบื้องต้น ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย 38.0 ล้านคน ซึ่งในแต่ละภูมิภาคก็มีนักท่องเที่ยวมากระจายกันไป โดยอันดับที่ 1 เป็นภาคใต้ (ไม่นับกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวง) มีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 26,629,334 คน จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปมากที่สุด คือ ภูเก็ต (อ้างอิง : กรมการท่องเที่ยว สำนักงานสถิติ

จังหวัดภูเก็ต) ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีการขยายตัวขึ้นอย่างสูงมากในประเทศไทย จึงก่อให้เกิดธุรกิจนำเที่ยว ในปัจจุบันผู้บริโภคได้หันมาสนใจการใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว มากกว่าการไปเที่ยวกันเอง เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้จัดหาบริการความสะดวกสบายต่าง ๆ และยังได้ทั้งความรู้และความบันเทิง โดยธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จะมีรูปแบบคล้าย ๆ กัน โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบคือ ธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต ธุรกิจนำเที่ยวเกาะภูเก็ตและเกาะในจังหวัดใกล้เคียง และทั้งสองรูปแบบ ซึ่งในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต

ธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต เป็นธุรกิจนำเที่ยวชมเมืองภูเก็ต ในสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดภูเก็ต เป็นเมืองที่มีความทันสมัย มีศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัดวาอารามต่าง ๆ อีกมากมาย แต่ธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตกลับไม่ได้รับความสนใจ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ค่อยให้ความสนใจและเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตมากนัก เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวภาคเหนือ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลับให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบรอบเมืองมาก ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจที่ให้บริการเฉพาะการนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต มีน้อยรายมากและการเติบโตที่ต่ำ ซึ่งสวนทางกับธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบเกาะภูเก็ตและเกาะในจังหวัดใกล้เคียงที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากและมีการเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต โดยวัดจากการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (อ้างอิง : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในประเด็นดังกล่าวที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ จึงได้จัดทำวิจัยนี้และนำเอาข้อมูลบริษัทของ บริษัท ทูริสซึม ดีไซน์ โฮลิดีย์ จำกัด มาใช้ในการวิเคราะห์ เนื่องจาก บริษัท ทูริสซึม ดีไซน์ โฮลิดีย์ จำกัด เป็นบริษัททัวร์ครบวงจรในจังหวัดภูเก็ต และเป็นบริษัททัวร์ที่มีลูกค้าใช้บริการสูงสุดอย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี ซึ่งให้บริการทัวร์ในทุกรูปแบบของจังหวัดภูเก็ต และทางบริษัทยังเป็นบริษัทชั้นนำในจังหวัดภูเก็ต และมีการจัดทำตลาดออนไลน์เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยอีกด้วย

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของ บริษัท ทูริสซึม ดีไซน์ โฮลิดีย์ จำกัด และปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตที่ไม่ได้รับความนิยมและใช้บริการจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่หาแนวทางการแก้ไขปัญหานี้ และเพื่อที่จะเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยในจังหวัดภูเก็ตให้สูงขึ้น รวมไปถึงผู้ที่สนใจทำธุรกิจท่องเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตได้ และผู้ที่สนใจยังสามารถนำเอาข้อมูลเหล่านี้ไปกำหนดแนวทางในการทำงานในธุรกิจนำเที่ยวที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

นอกจากนี้และยังเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมต่าง ๆ ของลูกค้า คุณภาพในการให้บริการ รวมไปถึงปัญหาที่สำคัญของธุรกิจรูปแบบนี้คือ การตัดสินใจเลือกใช้ บริการของลูกค้า เพื่อนำไปใช้กับธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตให้มีความเติบโตอย่างยั่งยืนขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของบริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด แตกต่างกัน
2. ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของบริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด แตกต่างกัน
3. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดей จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดของ พาราสุรามาน,ซีท ฮอม และเบอร์รี่ (Parasuraman , Zeithaml and Berry,1988) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้านความสามารถในการให้บริการ (Competence) ด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security) และด้านการบริการที่สัมผัสได้ (Tangible)

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ แนวความคิดของ Phillip Kotler (1994) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือการรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่

3.1 ลูกค้ำชาวไทยของบริษัท ทูริ ดีไซน์ โฮลดิ้ง จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 180 ราย ที่ใช้บริการธุรกิจน้าเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต ในปี 2561 ที่ผ่านมา (ข้อมูล ลูกค้ำบริษัท ทูริ ดีไซน์ โฮลดิ้ง จำกัด วันที่ 1 มกราคม 2561 – 31 ธันวาคม 2561)

3.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ จ้างวน 125 ราย ได้จากการคำนวณของ กลุ่มตัวอย่างในกรณีทีทราบจำนวนประชากรที่มีแน่นอนสามารถนับได้ โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของ ประชากรและ ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 :192) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือ เป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสพการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและ ความพึงพอใจของเขา

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

พาราสุรามาน เบอร์รี่ และ เชียแธมส์ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1985)

กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการวัดระดับความประทับใจ โดยทำการเปรียบสิ่งที่คิดกับการบริการที่ได้รับจริงและการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากบริการ ต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในรับการรับรู้ของลูกค้าหรือมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Phillip Kotler (1994) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ว่ามีกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา การค้นข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี บันปรารงค์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางด้านการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวคนไทยในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีพบว่า นักท่องเที่ยว คนไทย มีการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมอยู่ในระดับที่มากนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญในเรื่องของ ราคาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยคือ ปัจจัยด้านสถานที่

วรรัช จันทรรภัทร (2552) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนและร้อยละ 52 ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ของ โรงแรมพบว่าขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การตกแต่งและราคา ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ วันที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ใช้บริการกับใคร แหล่งข้อมูลที่ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อคุณภาพขององค์กร ซึ่งครอบคลุมตัวแปรในเรื่องของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถในการให้บริการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย และด้านการให้บริการที่สัมผัสได้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าบริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต ซึ่งครอบคลุมตัวแปรในเรื่องการรับรู้ถึงความต้องการหรือรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและความรู้สึกภายหลังการซื้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามผ่านระบบเว็บไซต์ Google form ขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าบริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยให้กลุ่ม ตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือก และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม และเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอค่าสถิติต่าง ๆ ตามขั้นตอน ดังนี้

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับที่ได้รับกลับคืนมาและใส่หมายเลขในแบบสอบถาม จัดทำรหัสแบบสอบถามตามที่กำหนดในตารางแจกแจงความถี่ ทำการกรอกข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดจากการกรอกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

การสรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปแบบคำบรรยาย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนันทนาการรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดีย์ จำกัด โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ โฮลิดีย์ จำกัด จำนวน 125 คน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล คือจะเป็นเพศชายจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมา คือ เพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี มีน้อยที่สุดเท่ากัน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 เท่ากัน มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท และรับจ้างทั่วไป จำนวน 32 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.60 เท่ากัน รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ (เช่น แพทย์, นักแสดง/นักร้อง) มีน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และจะมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 71.20 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 รายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการจะมีพฤติกรรมการใช้บริการ คือ เลือกใช้บริการในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมา คือ วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 มีพฤติกรรมการใช้บริการ คือ เคยใช้บริการ 1 ครั้ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 รองลงมา คือ มากกว่าหรือเท่ากับ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 จะมาใช้บริการกับเพื่อน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 รองลงมา คือ มาใช้บริการคนเดียว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 มาใช้บริการกับคู่รัก และมาใช้บริการกับครอบครัว จำนวน 14 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.20 เท่ากัน ตามลำดับ และจะใช้แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา จะใช้แหล่งข้อมูลจากอื่น ๆ (หน้าร้าน, ใบปลิว) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 สอบถามจากคนรู้จัก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 และจากโทรทัศน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ภาพรวมของคุณภาพการบริการของ บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด ตามความคิดเห็นของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.15$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการที่สัมผัสได้ (Tangible) ($\bar{x} = 3.82$)

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ภาพรวมของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนาฬิกาเยวรอบเมืองภูเก็ตของบริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.85$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความรู้สึกภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 3.94$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา ($\bar{x} = 3.65$)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนาฬิกาเยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด อภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามจะมีปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างบริษัท และรับจ้างทั่วไป และมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,001 - 20,000 บาท โดยผลการวิจัย คือ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับการตัดสินใจใช้บริการ ตามความคิดเห็นของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุภาพร ชุ่มสกุล (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ คือ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด ที่ตอบแบบสอบถามจะมีพฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่เป็น มีการเลือกใช้บริการในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) และเคยใช้บริการ 1 ครั้ง ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการกับเพื่อน และจะใช้แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยผลการวิจัย คือ วันที่ใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ การใช้บริการร่วมกับใคร และแหล่งข้อมูลที่เลือกใช้บริการนั้น ที่แตกต่างกันจะมีระดับการตัดสินใจใช้บริการ ตามความคิดเห็นของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอติเคย์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งจะขัดแย้งกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสวธน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สอนพลู (2552 : 241) ได้

กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งรวมไปถึงเรื่องของเวลา เวลาที่มีผลต่อการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไป ช่วงเวลาที่ต่างกันผู้บริโภคจะมีความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด คุณภาพทั้ง 5 ด้านนั้น พบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด โดยมีการจัดระดับความสำคัญ คือ ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด ให้ความสำคัญกับด้านความสามารถในการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านการบริการที่สัมผัสได้ และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นรารัตน์ อ่อนศรี (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพในการให้บริการของบริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) งานวิจัยจะศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ โดยจะใช้ทฤษฎีการบริการตามแนวคิดของพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman and others, 1988) ซึ่งจะใช้เกณฑ์การประเมินการบริการในมุมมองของลูกค้าที่เรียกว่า “SERVQUAL (ServiceQuality)” เป็นองค์ประกอบที่จะประกอบด้วย 5 ประการนี้เหมือนกัน เพื่อเป็นตัววัดระดับคุณภาพของการบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นเกณฑ์การนำเอาผลการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนา ปรับปรุง ให้องค์การมีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด ทำให้ทราบถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพด้านต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตของลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ลูกค้า บริษัท ทู ดีไซน์ ฮอลิเดย์ จำกัด ถึงจะมีปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน แต่กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนา ไม่ต้องเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เน้นการสร้างคุณภาพให้เกิดคุณค่ามากขึ้น ก็จะส่งผลต่อผู้ที่ต้องการมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรอบเมืองภูเก็ตโดยรวมได้ทั้งหมด

นอกจากนี้ บริษัท ทูริสติก ออลิเดย์ จำกัด ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ในด้านความสามารถในการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นจุดสำคัญก่อน เนื่องจากผลวิเคราะห์คุณภาพทั้ง 3 ด้านนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอย่างมาก ผู้บริหารควรนำไปพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองได้ผู้ให้บริการได้ดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยเล็งเห็น จากผลวิเคราะห์และมุมมองของผู้วิจัยเองว่า ควรจะพัฒนาความสามารถในการให้บริการให้ดีขึ้น ปัจจุบันการให้บริการเป็นลักษณะการดูแลลูกค้า และให้ข้อมูลกับสถานที่ต่าง ๆ ที่บริษัทได้นำเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวรอบเมืองภูเก็ต ถึงจะมีอารยธรรมต่าง ๆ และสถานที่สวย ๆ อยู่มากแต่ด้วยรูปแบบเดิม ๆ และเป็นเมืองที่มีพื้นที่เล็ก นักท่องเที่ยวจึงไม่ให้ความสนใจที่จะมาใช้บริการมากนัก ส่วนใหญ่จะเที่ยวกันเอง จึงจำเป็นต้องยกระดับความสามารถในการให้บริการ ที่ดีกว่าเดิม สร้างรูปแบบการนำเสนอต่อผู้ให้บริการในรูปแบบใหม่ เช่น มีการแสดงโชว์หรือให้บริการที่อินเทอร์เน็ตมากขึ้น หากจุดนำเสนอที่แตกต่างจากการนำเที่ยวทั่วไป ซึ่งจะทำส่งผลให้ด้านการบริการที่สัมผัสได้ และด้านความน่าเชื่อถือ มีมากขึ้นอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การเก็บข้อมูลวิจัยจาก ลูกค้า บริษัท ทูริสติก ออลิเดย์ จำกัด ที่เคยใช้บริการแล้วเป็นเรื่องที่มีความลำบากและยากต่อการเก็บข้อมูล เนื่องจากขาดการร่วมมือจากการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างมาก เพราะต้องติดต่อไปหายังลูกค้าเก่า เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้ยากต่อการให้ความร่วมมือ จึงจำเป็นจะต้องมีการดึงดูดใจในการให้ช่วยตอบแบบสอบถามด้วยการให้ส่วนลดในการมาใช้บริการในครั้งถัดไป ส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยสูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉันทิช วรรณถนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว.
- ม.ล.ชาญโชติ ชมพูนุท. (2558). **บทความเรื่องแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแห่งชาติ**. ค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.thaiihdc.org/web/index.php>
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2558). **แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดน่าน**. การค้นคว้าอิสระของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2562). **ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต**. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2562. จาก http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=373&Itemid=646
- สุชาดา ธโนภานุวัฒน์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา.
- สุมาลี พุ่มภิญโญ และสุปรียา ควระเดชะคุปต์. (2546). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของของผู้บริโภค**. กรณีศึกษาพนักงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมในเขตภาคกลาง. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์