

คณิงนิตย์ เมฆดี. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ
เรือท่องเที่ยวในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บข.ม. (การจัดการทั่วไป)
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา :
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะณี, ดร.ปรีชา วารัตน์ไชย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเรือ 2) ศึกษา
ระดับความคิดเห็นของลูกค้า 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็น
ของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคล 6) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ 7) ศึกษา
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และ 8) ศึกษา
ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้า
เรือท่องเที่ยว 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi-Square และหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลงานวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าพบว่าส่วนใหญ่ รู้จักสถานที่ที่มีบริการเรือท่องเที่ยวจาก
ญาติ/เพื่อนแนะนำ มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยวคือพักผ่อน มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว
2 ครั้ง มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว วันเสาร์-อาทิตย์ และ ลูกค้ากลับมาเที่ยวอีก
2. ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผน ด้านการจัดการเรือท่องเที่ยว และ
ด้านควบคุม ส่วนด้านการแนะนำ/สนใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
3. ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และ ด้านการส่งเสริม
การตลาด ส่วนด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
4. ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และ สถานภาพสมรส
มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีระดับความ
พึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. ลูกค้าที่มีการรู้จักสถานที่ที่มีบริการเรือท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว
จำนวนครั้งที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว และ วันที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความ
พึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
8. ระดับความคิดเห็นของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Kanungnit Mekdee. (2007). **The Behavior and Satisfaction of Customers Affecting the Management of Tour Boats in Ko Muang Phranakhon Si Ayutthaya.** Master Thesis, M.B.A. (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee: Associate Professor Dr. Aphinant Chantanee, Dr. Phreecha Wararatchai

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the customers' behavior of the service use of tour boats, 2) examine the opinion levels of customers, 3) examine the satisfaction levels of customers, 4) compare the opinion levels divided by personal factors, 5) compare the satisfaction levels divided by personal factors, 6) compare the satisfaction levels divided by customers' behavior, 7) study the relationship between the personal factors and the customers' behavior of the service use, and 8) study the relationship between the opinion levels and the satisfaction levels of customers. The sample group consisted of 384 customers. The research tool was the questionnaire. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, LSD., Chi-Square and Pearson's coefficient correlation.

The findings indicated the following:

1. Most customers knew the service places from their relatives/friends. Their objective was recreation. They used the service twice: on Saturdays and Sundays and they visited again.
2. The opinion levels of planning, managing the tour boats and controlling were at a high level. The advice/motivation levels were at a moderate level.
3. The satisfaction levels of the places, the services, and the marketing promotion were at a high level. The satisfaction levels of the prices were at a moderate level.
4. The customers with different ages, educational backgrounds, occupations, monthly incomes, and marital status had different opinions at a significant level of .05.
5. The customers with different ages, educational backgrounds, occupations, and monthly incomes had different satisfaction levels at a significant level of .05.
6. The customers with differences of location knowledge, objectives, times and dates of the services usage had different satisfaction levels at a significant level of .05.
7. The customers' personal factors related to the behavior of the customers' services usage at a significant level of .05.
8. The customers' opinion levels related to the customers' satisfaction levels at a significant level of .01.