

Factors influencing tourists' decision-making in choosing boat charter services in Phuket Province: A case study of Prasert Seri Fishing Tour Company

Apirak khuadkaew* and Kotchaporn Chuenchan

Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

* Corresponding author: E-mail address: s6524672146@pkru.ac.th

Received: 14-05-2026, Revised: 27-05-2026, Accepted: 01-06-2026

Abstract

This research aimed to study the factors influencing tourists' decision-making in choosing boat tour charter services in Phuket Province: a case study of Prasert Seri Fishing Tour Company. This study employed a qualitative research methodology. The key informants consisted of five tourists who had previously used boat charter services, selected through purposive sampling. The research instrument was a semi-structured interview form, and the data were analyzed using content analysis.

The findings revealed that the major factors influencing tourists' decisions to use boat charter services included privacy and flexibility in travelling, boat safety standards, reliability of service providers, reviews from previous customers, and the quality of staff services. Most participants viewed boat charter services as capable of fulfilling their needs for relaxation, convenience, and spending quality time with family or friends. In addition, boat charter services were perceived as providing unique and memorable travel experiences compared to general tour programs. Furthermore, the study found that travel experiences and staff services significantly affected customer satisfaction and perceived value. Most participants emphasized the importance of staff friendliness, attentiveness, professionalism, and appropriate customer care, as these factors helped create feelings of comfort, trust, and positive impressions during the trip. Some participants also reflected that the value of the service was measured not solely by price but also by emotional experiences, relaxation, and the overall atmosphere throughout the journey. The results indicate that service quality, safety, reliability, and customer experience are important factors influencing future repeat usage and customer recommendations. The findings of this study can serve as guidelines for improving service quality and effectively enhancing the competitiveness of boat tour charter businesses. Theoretically, this study contributes to a better understanding of the roles of service quality, customer trust, and customer experience in influencing decision-making processes in service tourism businesses. From a managerial perspective, the findings can serve as practical guidelines for developing service strategies and improving boat tour charter services in order to enhance competitiveness and better respond to tourists' needs.

Keywords: Decision-making, Boat tour charter services, Service quality, Customer experience, Customer trust

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต:

กรณีศึกษา บริษัท ประเสริฐ เสรี ฟิชซิง

อภิรักษ์ ขวตแก้ว* และ กชพร ชื่นจันทร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, ดิดดออีเมลล์: s6524672146@pkru.ac.th

วันที่รับบทความ: 27-05-2569, วันที่แก้ไขบทความ: 27-05-2569, วันที่ตอบรับบทความ: 01-06-2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษา บริษัท Prasert Seri Fishing Tour โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการเหมาเรือ จำนวน 5 คน คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษา บริษัท Prasert Seri Fishing Tour ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวและความยืดหยุ่นในการเดินทาง ความปลอดภัยของเรือ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ รีวิวจากผู้ใช้บริการเดิม และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่มองว่าการเหมาเรือช่วยตอบสนองความต้องการด้านความผ่อนคลาย ความสะดวกสบาย และการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความพิเศษและแตกต่างจากการใช้บริการทั่วๆไป นอกจากนี้ ผลการศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพระหว่างการเดินทางและการบริการของทีมงานมีผลต่อความพึงพอใจและความรู้สึกคุ้มค่าของลูกค้าอย่างชัดเจน โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความใส่ใจ ความเป็นกันเอง และความเป็นมืออาชีพของพนักงาน รวมถึงการสื่อสารและการดูแลลูกค้าอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกสบายใจ ความประทับใจ และความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการบางส่วนสะท้อนว่า ความคุ้มค่าของบริการไม่ได้ประเมินจากราคาเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงประสบการณ์ทางอารมณ์และบรรยากาศที่ได้รับระหว่างการเดินทางด้วย ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) คุณภาพการบริการ (2) ความปลอดภัย (3) ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และ (4) ประสิทธิภาพที่ลูกค้าได้รับ โดยปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในเชิงทฤษฎี ผลการศึกษาช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และประสบการณ์ของลูกค้า ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการ ส่วนในเชิงการจัดการ ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการและวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจเหมาเรือนำเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, เหมาเรือนำเที่ยว, คุณภาพการบริการ, ประสิทธิภาพลูกค้า, ความไว้วางใจ

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล (Maritime Tourism) ถือเป็นหนึ่งในพื้นที่เฟื่องหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทยในแต่ละปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งมี "จังหวัดภูเก็ต" เป็นจุดหมายปลายทางระดับโลก (World-class Destination) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สอดคล้องกับรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท., 2566) ที่ระบุว่า จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนสูงกว่า 11 ล้านคน และสร้างรายได้หมุนเวียนทางการท่องเที่ยวสูงที่สุดในภูมิภาคกว่า 330,000 ล้านบาท เนื่องด้วยคุณสมบัติของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล แนวปะการัง ชายหาดที่สวยงาม ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ส่งผลให้กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวทางเรือเพื่อไปยังเกาะแก่งต่าง ๆ กลายเป็นเสาหลักสำคัญที่ขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่มาโดยตลอด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

จากการเติบโตของปริมาณนักท่องเที่ยวส่งผลให้ธุรกิจบริการเรือนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตขยายตัวอย่างรวดเร็วและเกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ข้อมูลสถิติจากกรมเจ้าท่า (2565) ระบุว่า จังหวัดภูเก็ตมีสัดส่วนของเรือโดยสารและเรือนำเที่ยวทางทะเลสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มจังหวัดชายทะเลของประเทศ โดยมีเรือท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เช่น เรือสปีดโบ๊ท เรือยอชท์ และเรือหางยาวบริการนำเที่ยว จดทะเบียนรวมกันมากกว่า 2,500 ลำ ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงมากนี้ พฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เกิดการเปลี่ยนผ่าน (Shift) จากการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะขนาดใหญ่ (Group Tour) ไปสู่ "การเช่าเรือนำเที่ยวส่วนบุคคล" (Private Boat Charter) มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับค่านิยมด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ในการบริหารจัดการเวลาและโปรแกรมการเดินทางตามความต้องการเฉพาะบุคคล รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทางที่สามารถจำกัดความแออัดได้ การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมดังกล่าวบีบบังคับให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดและบริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น (กรมเจ้าท่า, 2565)

ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยนักท่องเที่ยวมักค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการอ่านรีวิวจากผู้ให้บริการจริง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความโปร่งใสของธุรกิจ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2561)

บริษัท ประเสริฐ เสรี พิซซิ่ง ทัวร์ เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจเรือนำเที่ยวและเรือตกปลาในจังหวัดภูเก็ตที่ต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายจากสภาวะการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว แม้ว่าที่ผ่านมาจะมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการเรือนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต แต่งานวิจัยส่วนใหญ่เหล่านั้นมักเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งเน้นการแจกแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจและส่วนประสมทางการตลาดในภาพกว้าง ซึ่งยังคงมีช่องว่างทางการวิจัย (Research Gap) ที่ไม่สามารถอธิบายกระบวนการตัดสินใจเชิงลึกที่ซ่อนอยู่ได้ งานวิจัย

ชั้นนี้จึงมุ่งศึกษาผ่านระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเจาะลึกไปที่ 'กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกตัดสินใจเหมาเรือส่วนบุคคล' ซึ่งเป็นบริบทที่มีความเฉพาะตัวสูง ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพื่อสกัดข้อมูลในมิติทางอารมณ์ความรู้สึก ค่านิยมเรื่องความเป็นส่วนตัว ตลอดจนเหตุผลเชิงลึกเบื้องหลังเบื้องลึกที่ผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลขสถิติจากงานวิจัยเชิงปริมาณในอดีตไม่สามารถเข้าถึงได้ ผลการศึกษารั้งนี้จึงไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัททริคศึกษาในการวางกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกเท่านั้น แต่ยังเป็นแนวทางเชิงลึกให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในการยกระดับมาตรฐานการบริการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษา Prasert Seri Fishing Tour

คำถามการวิจัย

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีพฤติกรรม การเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอย่างไร
2. มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยว
3. ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อประสบการณ์เหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจท่องเที่ยว

พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอก เช่น แรงจูงใจ การรับรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมทางสังคม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2563) โดยในบริบทของธุรกิจเหมาเรือนำเที่ยวนักท่องเที่ยวมักมีแรงจูงใจในการเดินทาง เช่น การพักผ่อน การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางทะเล ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2561) ยังอธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจและทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการ โดยพิจารณาจากความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่ และลักษณะทางกายภาพของบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2563) สำหรับธุรกิจเหมาเรือนำเที่ยว คุณภาพการให้บริการสะท้อนผ่านความปลอดภัยของเรือและอุปกรณ์ ความพร้อมในการให้บริการ ความสุภาพและความสามารถของพนักงาน รวมถึงความตรงต่อเวลา ซึ่งล้วนส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง เสรี วังษมณฑา (2554) ระบุว่า คุณภาพบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยว

ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยประสบการณ์ที่ดีจะนำไปสู่การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2561) ในธุรกิจเหมาเรือนำเที่ยว ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเกิดจากหลายองค์ประกอบ เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ ความสนุกของกิจกรรม และความรู้สึกปลอดภัย ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพบริการและความประทับใจโดยรวม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังระบุว่า ประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และกระตุ้นการเดินทางซ้ำในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ด้านราคาและความคุ้มค่า

การรับรู้ด้านราคาและความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาเพียงระดับราคาที่ต่ำหรือสูงเท่านั้น แต่ยังประเมินความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการประโยชน์ที่ได้รับ และประสบการณ์โดยรวม หากผู้บริโภครับรู้ว่ารามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับคุณค่าที่ได้รับ จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มตัดสินใจเลือกใช้บริการมากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2563)

ในบริบทของธุรกิจเหมาเรือนำเที่ยว นักท่องเที่ยวมักพิจารณาความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายร่วมกับองค์ประกอบอื่น เช่น คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างการเดินทาง เนื่องจากการตัดสินใจใช้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาที่ต่ำที่สุดเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับโดยรวมจากบริการนั้น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2561) ดังนั้น ความเหมาะสมของราคาและการรับรู้ความคุ้มค่าจึงมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเหมาเรือนำเที่ยว ประกอบด้วยมิติที่หลากหลาย โดยมีมิติสำคัญคือด้านความปลอดภัยและคุณภาพมาตรฐานของ

อุปกรณ์การเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานประสบการณ์และภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ (สมชาย บุญเรือง, 2564) ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านความคุ้มค่าของราคาและการได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะการพึ่งพาข้อมูลจากประสบการณ์จริงหรือรีวิวของผู้ใช้บริการรายอื่น มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการลดความกังวลและกระตุ้นการเลือกใช้บริการในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (สุภาวดี แก้วมณี, 2563) นอกจากนี้ ประสบการณ์เชิงสุนทรียภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับ ทั้งจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรม และความสามารถในการให้บริการของบุคลากรหน้างาน ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจในระยะสั้น แต่ยังส่งผลต่อการสร้างความจงรักภักดีและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต (อนันต์ ชัยวัฒน์, 2562)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อมุ่งเน้นการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการตีความจากประสบการณ์ ทักษะ และมุมมองส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเป็นหลัก ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการเหมาเรือของบริษัท Prasert Seri Fishing Tour จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงประเด็นการตัดสินใจและประสบการณ์ในช่วงเวลาพิเศษได้อย่างชัดเจน ในส่วนของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งประกอบด้วยชุดคำถามปลายเปิดที่มุ่งเน้นการขุดค้นข้อมูลเชิงลึก ครอบคลุมทั้งมิติทางด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจ มาตรฐานความปลอดภัย และการสร้างความพึงพอใจผ่านปฏิสัมพันธ์ของทีมงาน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้ถ่ายทอดกระบวนการทางความคิดและความรู้สึกที่มีต่อการบริการได้อย่างอิสระ เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการจำแนก จัดกลุ่มประเด็นความสัมพันธ์ และเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปเชิงสังเคราะห์ อันจะนำไปสู่การอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเหมาเรืออย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก

ประเด็นที่ 1 แรงจูงใจในการเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวเนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัว ความยืดหยุ่นในการเดินทาง และบรรยากาศการท่องเที่ยวที่สามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าการเหมาเรือช่วยให้สามารถใช้เวลาร่วมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนได้อย่างเต็มที่ และลดข้อจำกัดจากการเดินทางแบบทัวร์รวม ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะมุมมองออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและบรรยากาศการพักผ่อน (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2 และ 5)

ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่ส่วนตัวและความอิสระในการจัดรูปแบบการเดินทาง โดยมองว่าการเหมาเรือช่วยให้สามารถพักผ่อนได้อย่างผ่อนคลาย และสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมกับกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัวมากกว่าการเดินทางแบบทัวร์รวม กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ระบุว่า “การเลือกใช้บริการเหมาเรือเกิดจากความต้องการหลีกเลี่ยงความเร่งรีบของทัวร์รวม และต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวมีคุณค่าทางความรู้สึกมากกว่าการเดินทางทั่วไป”

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการจัดการรูปแบบการเดินทาง (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 และ 4)

ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการสามารถกำหนดรูปแบบกิจกรรมและระยะเวลาในการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยมองว่าการเหมาเรือช่วยให้การเดินทางมีความสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มผู้เดินทางได้มากกว่า กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ระบุว่า “การเหมาเรือช่วยให้สามารถจัดสรรเวลาและเลือกบรรยากาศการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสมาชิกในกลุ่ม ทำให้การเดินทางมีความสะดวกและลดข้อจำกัดจากการเดินทางร่วมกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก”

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า ความเป็นส่วนตัว ความยืดหยุ่น และคุณค่าทางความรู้สึกระหว่างการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของผู้บริโภค

ประเด็นที่ 2 การค้นหาข้อมูลและการสร้างความเชื่อมั่นก่อนตัดสินใจใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการก่อนตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะข้อมูลด้านความปลอดภัย รีวิวออนไลน์ และรูปแบบการสื่อสารของบริษัท ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะพฤติกรรมออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ใช้รีวิวและประสบการณ์จากผู้ใช้บริการเดิมในการประเมินความน่าเชื่อถือ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 3 และ 4) ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบรีวิวจากผู้ใช้บริการจริง เพื่อใช้ประเมินคุณภาพการบริการ มาตรฐานความปลอดภัย และภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการก่อนตัดสินใจจอง กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ระบุว่า “ก่อนตัดสินใจจองจะมีการตรวจสอบรีวิวจากหลายช่องทาง โดยเฉพาะรีวิวที่กล่าวถึงการดูแลลูกค้าและมาตรฐานความปลอดภัย เนื่องจากช่วยสร้างความมั่นใจต่อคุณภาพของบริษัทได้มากขึ้น”

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการสื่อสารและการให้ข้อมูลของบริษัท (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2 และ 5)

ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับลักษณะการตอบคำถามและการอธิบายรายละเอียดของพนักงาน โดยมองว่าการสื่อสารที่ชัดเจนและใส่ใจในรายละเอียดสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือของบริษัท กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ระบุว่า

“บริษัทมีการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง จุดท่องเที่ยว และข้อควรระวังต่าง ๆ อย่างละเอียด ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจและทำให้รู้สึกว่าคุณภาพความเป็นมืออาชีพมากขึ้นก่อนตัดสินใจใช้บริการ”

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า การสร้างความเชื่อมั่นก่อนการใช้บริการไม่ได้เกิดจากชื่อเสียงของบริษัทเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากการสื่อสารที่ชัดเจน วิวจากผู้ใช้บริการจริง และการให้ข้อมูลที่ช่วยลดความกังวลของลูกค้า

ประเด็นที่ 3 ความประทับใจต่อคุณภาพการบริการและการดูแลลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการของทีมงานและการดูแลลูกค้าระหว่างการเดินทาง โดยมองว่าความสุภาพ ความใส่ใจ และการช่วยเหลือลูกค้าอย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความประทับใจโดยรวม ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะมุมมองออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ประทับใจในความใส่ใจและการดูแลเฉพาะบุคคล (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2 และ 3) ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการดูแลลูกค้าเชิงรุกของทีมงาน โดยเฉพาะการสังเกตความต้องการของลูกค้าและการช่วยเหลือโดยไม่ต้องร้องขอ

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ระบุว่า “ทีมงานมีความใส่ใจต่อผู้สูงอายุภายในกลุ่ม โดยคอยสังเกตความต้องการและเข้ามาช่วยเหลือทันทีเมื่อพบว่าลูกค้าเริ่มรู้สึกไม่สบาย ซึ่งทำให้รู้สึกว่าลูกค้าได้รับการดูแลอย่างแท้จริง”

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความเป็นมืออาชีพและการจัดการสถานการณ์ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 4 และ 5)

ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับทักษะการจัดการของทีมงาน โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัย การบริหารเวลา และการรับมือกับสถานการณ์ระหว่างการเดินทาง

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ระบุว่า “ทีมงานสามารถจัดการสถานการณ์ระหว่างการเดินทางได้อย่างเป็นระบบและไม่สร้างความตื่นตระหนกให้แก่ลูกค้า ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์และความเป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการ”

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า ความประทับใจของผู้ใช้บริการไม่ได้เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากคุณภาพการบริการ ความใส่ใจ และความสามารถในการดูแลลูกค้าของทีมงานตลอดระยะเวลาการเดินทาง

ประเด็นที่ 4 การรับรู้ความคุ้มค่าและประสบการณ์ทางอารมณ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้ประเมินความคุ้มค่าจากราคาเพียงอย่างเดียว แต่ยังพิจารณาจากความรู้สึก ความประทับใจ และประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างการเดินทางร่วมด้วย ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะการรับรู้ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มองว่าความคุ้มค่าเกิดจากคุณภาพการบริการ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2 และ 3) ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้มองว่า การบริการที่ดี ความสุภาพ และการดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ระบุว่า “ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวไม่ได้วัดจากราคาเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากความรู้สึกสบายใจระหว่างการเดินทาง และการที่ทีมงานสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างเหมาะสมตลอดทั้งทริป”

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์และบรรยากาศระหว่างการเดินทาง (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 และ 5)

ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้มองว่าความประทับใจจากบรรยากาศระหว่างการเดินทางและความสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้เดินทาง เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ถึงความคุ้มค่าของบริการ

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ระบุว่า “บรรยากาศที่ผ่อนคลายและการดูแลของทีมงาน ช่วยให้การเดินทางมีความสุขและสร้างความรู้สึกประทับใจมากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป”

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า ความคุ้มค่าของบริการในมุมมองของผู้บริโภค เป็นผลมาจากทั้งคุณภาพการบริการ ประสบการณ์ทางอารมณ์ และความรู้สึกสบายใจที่ได้รับระหว่างการเดินทาง

ประเด็นที่ 5 ความเชื่อมั่นและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นและความประทับใจจากประสบการณ์การใช้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะมุมมองออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่กลับมาใช้บริการซ้ำจากความรู้สึกไว้วางใจและสบายใจ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2 และ 3) ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอของคุณภาพการบริการและความรู้สึกปลอดภัยระหว่างการเดินทาง โดยมองว่าความสบายใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ระบุว่า “สิ่งที่ทำให้อยากกลับมาใช้บริการอีก คือ ความรู้สึกดีและความประทับใจที่ได้รับจากการดูแลของทีมงาน ซึ่งช่วยสร้างความสบายใจตลอดการเดินทาง”

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการและความเป็นมืออาชีพ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 และ 5) ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้มองว่า หากบริษัทสามารถรักษามาตรฐานการบริการและความเป็นมืออาชีพได้อย่างต่อเนื่อง ก็จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ระบุว่า “หากบริษัทสามารถรักษามาตรฐานการบริการและบรรยากาศที่ดีระหว่างการเดินทางไว้ได้ ก็พร้อมที่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต”

ดังนั้น ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าเกิดจากความเชื่อมั่น ความสบายใจ และความประทับใจโดยรวมที่ได้รับจากประสบการณ์การใช้บริการ ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างความภักดีต่อธุรกิจในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok หรือเว็บไซต์ของบริษัท โดยควรมีการเผยแพร่ภาพบรรยากาศจริง รีวิวจากลูกค้า และรายละเอียดการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าก่อนตัดสินใจใช้บริการ
2. ผู้ประกอบการควรพัฒนาด้านความปลอดภัยและมาตรฐานของเรือ รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่เสมอ เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. ผู้ประกอบการควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริมระหว่างการเดินทาง เช่น ของว่าง เครื่องดื่ม อุปกรณ์ดำน้ำ หรือบริการถ่ายภาพ เพื่อช่วยเพิ่มความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า
4. ควรมีการสื่อสารรายละเอียดโปรแกรมท่องเที่ยว ระยะเวลาเดินทาง และข้อมูลสภาพอากาศให้ชัดเจนก่อนออกเดินทาง รวมถึงมีการอัปเดตข้อมูลระหว่างทริป เพื่อสร้างความมั่นใจและลดความกังวลของลูกค้า
5. ผู้ประกอบการควรพัฒนาระบบจองออนไลน์ให้สะดวกและใช้งานง่ายมากขึ้น เช่น การเลือกแพ็คเกจ เส้นทางท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมุมมองของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดออนไลน์เพิ่มเติม เนื่องจากรีวิวและสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าในปัจจุบัน
3. ควรมีการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างผู้ประกอบการเหมาเรือหลายแห่ง เพื่อวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจเหมาเรือท่องเที่ยว
4. ควรศึกษาความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีและบริการเสริมใหม่ ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจ้าท่า. (2565). *มาตรฐานความปลอดภัยและการบำรุงรักษาเรือพาณิชย์*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงคมนาคม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2566*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สมชาย บุญเรือง. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต} มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุภาวดี แก้วมณี. (2563). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต} มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Room 6: Marketing and Organizational Management

Faculty-Room: 19512

Chairperson: Dr. Piyaporn Na Takuathung

Phuket Rajabhat University

Chairperson: Assist. Prof. Dr. Jarunee Kongkul

Phuket Rajabhat University

Time	Code	Title	Presenter
1.30 – 1.45 PM	[NSU-002]	อุปสรรคเชิงองค์กรต่อการเข้าถึงบริการกายภาพบำบัด: มุมมองของบุคลากรในโรงพยาบาล	สัลวา ลาเต๊ะ, ดร.ผกาพรรณ ไพรัตน์
1.45 – 2.00 PM	[NSU-009]	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือส่วนตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต: กรณีศึกษา บริษัท ประเสริฐ เสรี พิษซึ่ง	อภิรักษ์ ขวดแก้ว, ดร. กษพร ชื่นจันทร์
2.00 – 2.15 PM	[NSU-010]	ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคลากรในการทำงานที่แตกต่างกัน: กรณีศึกษาแขวงทางหลวงพังงา	จรินทร์พร ทองเพียง, ดร.ผกาพรรณ ไพรัตน์
2.15 – 2.30 PM	[NSU-012]	แนวทางการพัฒนาคู่มือการใช้งานแอปพลิเคชัน Workday สำหรับพนักงานในองค์กร	นันทา จันทจิต, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
2.30 – 2.45 PM	[NSU-014]	มุมมองของผู้ฝึกสอนส่วนบุคคลต่อการจัดการรูปร่าง สุขภาพ และการใช้วิธีทางเลือกของผู้ใช้บริการในธุรกิจออกกำลังกาย	นันทาสีสร โตกำเนิด, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
2.45 - 3.00 PM	[NSU-017]	การรับรู้ของลูกค้าต่อร้าน La Playa Chalong Phuket	อรรณู ยังจันทร์, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
3.00 – 3.30 PM	[NSU-019]	บทบาทของ eWOM และประสบการณ์ทางสังคมต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ: กรณีศึกษาร้านนั่งดื่มในจังหวัดภูเก็ต	ศิริลักษณ์ อยู่เจริญ, ดร.ผกาพรรณ ไพรัตน์
3.30 – 3.45 PM	[NSU-021]	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเดลิเวอรี่ของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต	อาทิมา ศาโตรก, ดร. สิรินทรา สังข์ทอง
3.45 – 4.00 PM	[NSU-023]	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารภายในทีมของแผนกการเงินและบัญชี กรณีศึกษา แขวงทางหลวงพังงา	ทีศดา เกสร, ดร.ผกาพรรณ ไพรัตน์
4.00 – 4.15 PM	Group discussion, comments, and suggestions for future research between the panel and the presenter		
4.15 – 4.45 PM	Award and certificate by		



International Conference on Destination Management

The 2nd National Research Conference
of the Southern Universities Graduate
Studies Network

Proceedings

"EMPOWERING NEXT-GEN FOR RESPONSIBLE DEVELOPMENT"

12-14 JUNE 2026
PHUKET THAILAND

Job satisfaction of 7-Eleven employees	172
Pimpakan Prangpan and Phakawan Phairat	
Factors influencing customers' repurchase decisions in an auto repair service business: A case study of Phuket Somyot Service Co., Ltd.	186
Saranya Permchob and Sirinthra Sungthong	
Factors affecting customer satisfaction in choosing Oslo brand porcelain tiles in Phuket Province	207
Kattreeya Akkanithad and Kochaporn Chunjan	
Factors influencing employee work motivation: A case study of salary, welfare benefits, and working atmosphere in a tourism business in Phuket Province	224
Lukkana Chobdee and Phakawan Phairat	
Customer perception toward ACDelco service center in Phuket	241
Oradee Pipat and Kotchaporn Chuenchan	
Factors influencing tourists' decision-making in choosing boat charter services in Phuket Province: A case study of Prasert Seri Fishing Tour Company	257
Apirak khuadkaew* and Kotchaporn Chuenchan	
Factors affecting personnel work motivation: A case study of the Phang Nga Highway District Office .	268
Jarinporn Tongpeang and Phakawan Phairat	
Factors influencing customers' decisions to use auto body Repair and paint services in Phuket Province	281
Amonwan Sisroichotikon` and Sirinthra Sungthong	
Factors affecting internal communication barriers within the finance and accounting department: A case study of Phang Nga Highway District	298
Tadsada Kasorn and Phakawan Phairat	
Regulatory loopholes and strategic sick leave behavior among shift-based security personnel: A Case Study at Phuket International Airport	312
Tharatarn Hemngarn` and Phakawan Phairat	
Personal trainers' perspectives on body image, health behaviors, and alternative weight-control practices in the fitness industry	331
Natthapatsorn Tokumnerd and Sirinthra Sungthong	
Factors affecting the selection of OK coffee service	347
Aroonporn Nilprom and Kotchaporn Chuenchan	

Editorial Team

Editorial Advisory Board

Assistant Professor Dr. Hiran Prasarnkarn
Assistant Professor Dr. Thawatchai Thumthong
Assistant Professor Dr. Doungnat koykijcharone
Assistant Professor Dr. Piangjit Tanticharatwarodom
Assistant Professor Nongyao Prasomthong
Dr. Manop Chachiyo
Mr. Teerapong Nuchaikaew

Editorial Board

Associate Professor Dr. Nimit Soonsan
Assistant Professor Suphattra Sangthong
Dr. Sarayute Thongmun
Dr. Sanya Chimpimon
Dr. Kanyapat Pattanaphokinsakul
Dr. Barisa Laemlaksakul
Dr. Sirintra Sangthong
Dr. Kochaporn Chunjan
Dr. Bongkotrat Piamsirikamon
Dr. Phakawan Phairat

Reviewer Board

1. Professor Dr. Hiram Ting	President of Responsible Borneo (REBORN) Sarawak, Malaysia
2. Professor Dr. Ir. Sony Heru Priyanto	STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia
3. Professor Dr. Ir Sugiarto	STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia
4. Associate Professor Dr. Bamrung Srinuanpan	Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
5. Associate Professor Dr. Chayanon Phucharoen	Prince of Songkla University
6. Associate Professor Dr. Khwanruedee Ponchaitiwat	Khon Kaen University
7. Associate Professor Dr. Lenny Yusrini	Universitas Asa Indonesia

- | | |
|---|--|
| 8. Associate Professor Dr. Li-Hsin Chen | National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism, Taiwan |
| 9. Associate Professor Dr. Nimit Soonsan | Phuket Rajabhat University |
| 10. Associate Professor Dr. Orachorn Maneesong | Chiang Mai University |
| 11. Associate Professor Dr. Pita Jarupunphol | Phuket Rajabhat University |
| 12. Associate Professor Dr. Pongpichit Jannui | Walailak University |
| 13. Associate Professor Chayaporn Boonruangsak | Nakhon Sawan Rajabhat University |
| 14. Assistant Professor Dr. Anak Agung Gde Satia Utama | Airlangga University, Indonesia |
| 15. Assistant Professor Dr. Anuwat Worlee | Fatoni University |
| 16. Assistant Professor Dr. Anusara Sawangchai | Phuket Rajabhat University |
| 17. Assistant Professor Dr. Autchara Klinchan | Phetchabun Rajabhat University |
| 18. Assistant Professor Dr. Chantinee Boonchai | Prince of Songkla University |
| 19. Assistant Professor Dr. Chidchanok Anantamongkolkul | Phuket Rajabhat University |
| 20. Assistant Professor Dr. Chawanrat Srinounpan | Nakhon Si Thammarat Rajabhat University |
| 21. Assistant Professor Dr. Jarunee Kongkul | Phuket Rajabhat University |
| 22. Assistant Professor Dr. Jitwimon Klaysubun | Suan Dusit University |
| 23. Assistant Professor Dr. Jumani Zulfiqar Ali | Khon Kaen University |
| 24. Assistant Professor Dr. Nattaya Chombunchoo | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 25. Assistant Professor Dr. Pannraphat Takolpuckdee | Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage |
| 26. Assistant Professor Dr. Pimmada Wichasin | Suan Dusit University |
| 27. Assistant Professor Dr. Ratirat Na Songkhla | Chulalongkorn University |
| 28. Assistant Professor Dr. Runglawan Iamkusolkij | Nakhon Phanom University |
| 29. Assistant Professor Dr. Sanit Srichookiat | Thaksin University |
| 30. Assistant Professor Dr. Sudarat Kliangsa-Art | Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University |
| 31. Assistant Professor Dr. Suthat Kammanee | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 32. Assistant Professor Dr. Suwaphat Siridhammasakul | Ubon Ratchathani University |
| 33. Assistant Professor Dr. Yutthana Kadem | Yala Rajabhat University |
| 34. Assistant Professor Dr. Techatam Sangkrom | Suratthani Rajabhat University |
| 35. Assistant Professor Puriwaj Dachum | Kasetsart University |
| 36. Assistant Professor Suphattra Sangthong | Phuket Rajabhat University |
| 37. Assistant Professor Jaruwat Songmuang | Fatoni University |
| 38. Assistant Professor Thanai Tanvanich | Songkhla Rajabhat University |
| 39. Dr. Amin Kiswantoro | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 40. Dr. Barisa Laemlaksakul | Phuket Rajabhat University |
| 41. Dr. Bongkotrat Piamsirikamon | Phuket Rajabhat University |
| 42. Dr. Calla Phuong Bui | Gia Dinh University, Vietnam |
| 43. Dr. Christina Shen | Hainan Tropical Ocean University, China |
| 44. Dr. Ir. Aldi Wisnumurti Sarwono | STIPRAM Institute of Tourism Yogyakarta, Indonesia |
| 45. Dr. Jureerut Wongpluksin | Phuket Rajabhat University |
| 46. Dr. Kanyapat Pattanaphokinsakul | Phuket Rajabhat University |
| 47. Dr. Kochaporn Chunjan | Phuket Rajabhat University |
| 48. Dr. Mumtaz Meeraman | Songkhla Rajabhat University |
| 49. Dr. Narawadee Buakhwan | Songkhla Rajabhat University |
| 50. Dr. Nguyen (Beo) Thai | University of Wollongong (UOW), Australia |
| 51. Dr. Parnprae Chaoprayoon Udomraksasup | Maejo University |
| 52. Dr. Pattarin Makka | Phuket Rajabhat University |
| 53. Dr. Phakawan Phairat | Phuket Rajabhat University |
| 54. Dr. Phiphop Somwathee | Phuket Rajabhat University |

- | | |
|----------------------------------|---|
| 55. Dr. Pinit Duangjinda | Thaksin University |
| 56. Dr. Ratchada Boonkaew | Yala Rajabhat University |
| 57. Dr. Sakesit Paksee | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 58. Dr. Sanya Chimpimon | Phuket Rajabhat University |
| 59. Dr. Sarayute Thongmun | Phuket Rajabhat University |
| 60. Dr. Sathaporn Rungsawang | Nakhon Pathom Rajabhat University |
| 61. Dr. Sirintra Sangthong | Phuket Rajabhat University |
| 62. Dr. Suthasinee Nirattimanon | Phuket Rajabhat University |
| 63. Dr. Tan Kim Lim | James Cook University, Singapore |
| 64. Dr. Uraiporn Kattiyapornpong | University of Wollongong (UOW), Australia |
| 65. Mr. Theera Watcharamongkol | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 66. Mr. Weerawat Udomsap | Kanchanaburi Rajabhat University |
| 67. Mr. Worapot Treesuk | Phuket Rajabhat University |
| 68. Ms. Nareekarn Na Thalang | Yala Rajabhat University |
| 69. Ms. Piyawan Khamglad | Phuket Rajabhat University |
| 70. Ms. Sirirak Thanyaphaisan | Phuket Rajabhat University |



ICDM 2026

1 มิถุนายน 2569

เรื่อง ตอบรับบทความเข้าร่วมการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ

หมายเลขบทความ NSU-0900

เรียน คุณอภิรักษ์ ขวดแก้ว และ ดร.กชพร ชื่นจันทร์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมาเรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต: กรณีศึกษา บริษัท ประเสริฐ เสรี ฟิชชิ่ง ” เพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 ของเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยภาคใต้

บัดนี้กองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันต่างๆ ได้ประเมินและตรวจสอบคุณภาพบทความของท่านเรียบร้อยแล้ว เรามีความยินดีที่จะแจ้งให้ทราบว่าบทความของคุณพิจารณาให้นำเสนอในการประชุมวิชาการ ระหว่างวันที่ 13 มิถุนายน 2569 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ภายใต้หัวข้อ “เสริมสร้างศักยภาพคนรุ่นใหม่เพื่อการพัฒนาอย่างมีความรับผิดชอบ”

โปรดทราบว่าอย่างน้อยหนึ่งคนในทีมผู้เขียนต้องเข้าร่วมการประชุมเพื่อนำเสนอบทความ กำหนดการนำเสนอและรายละเอียดเพิ่มเติมจะประกาศให้ทราบในภายหลัง

ขอแสดงความยินดี และเราหวังว่าจะได้ต้อนรับคุณในการประชุม

ขอแสดงความนับถือ

รองศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน
ประธานการจัดงานประชุม

ติดต่อสอบถามข้อมูลการประชุม

ดร.ศรายุทธ ทองหมั่น โทรศัพท์: 081-645-1998

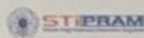
Email: icdm.pkr@gmail.com



REBORN



GIA DINH
UNIVERSITY



International Conference on Destination Management
The 2nd National Research Conference of the Southern Universities Graduate Studies Network

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้เพื่อแสดงว่า

อภิรักษ์ ขวดแก้ว และ ดร. กชพร ชื่นจันทร์

ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเหมา เรือนำเที่ยวของนักท่องเที่ยว
เที่ยวในจังหวัดภูเก็ต: กรณีศึกษา บริษัท ประเสริฐ เสรี ฟิชซิ่ง

จัดโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ใ้ไว้ ณ วันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2569

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิมิต ชื่นสัน)

ประธานกรรมการการประชุมวิชาการ ICDM 2026

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หิรัญ ประสารการ)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต