

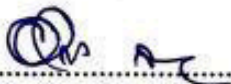
แนวโน้มนำความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพญา (จังหวัดชลบุรี)
ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

นัฐกิตติ์ บุญมา


งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤศจิกายน 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ นัฐกิตติ์ บุญมา ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบล)

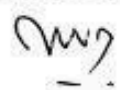
คณะกรรมการสอบปากเปล่า


..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สร้อยยา เลิศพุทธรักษ์)


..... กรรมการ
(ดร.กฤษ จรินโท)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบด อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ คอยเป็นกำลังใจและให้ความห่วงใยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบด ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ ดร.สาธิต ปิติวรา และ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานนิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณอาจารย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยเมืองพัทยา โรงแรมคูสิตธานี หัวหิน โรงแรมริเจนท์บีช หัวหิน และ โรงแรมเมธาวลัยชะอำและโรงแรมลองบีชชะอำ ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอคำลืพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ที่ให้กำเนิดให้สติปัญญา ให้ความรัก ความห่วงใย และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้ทำการวิจัยด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่าน รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา งานงานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอบแต่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

นัฐกิตติ บุญมา

57710260: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: การใช้บริการเฟอร์รี่/ การขนส่ง

นัฐกิตติ์ บุญมา: แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่าง พัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) (THE DECISION IS LIKELY TO AFFECT FERRY SERVICES CONNECTING TRANSPORTATION ROUTES BETWEEN PATTAYA (CHONBURI), CHAAM (PHETCHABURI) AND HUA HIN (PRACHUAP KHIRI KHAN) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: อิศระ สุวรรณผล, Ph.D., ศรีญา เลิศพุทธรักษ์, Ed.D. 134 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษา แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่าง พัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) วิธีการเก็บรวบรวมโดยการสำรวจ (Survey) การวิจัยครั้งนี้สุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 คน โดยกำหนดสัดส่วนของแต่ละพื้นที่ ได้จำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ส่วนการทดสอบสมมติฐานสถิติที่เลือกใช้ครั้งนี้ One-way ANOVA t-test และการทดสอบ วิเคราะห์โดยใช้สถิติความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Multiple regression analysis) ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน (Testing for autocorrelation) สามารถทำได้โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ ค่าสถิติ Durbin-Watson โดยพิจารณาว่าค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าระหว่าง 1.50-2.50 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 500 คน โดยเป็นเพศชาย จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 โดยส่วนใหญ่ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 77.60 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่าง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เชื้อชาติมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่าง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ามาตรฐานเรือ ด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่าง พัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่าง พัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

57710260: MAJOR: WORLD BUSINESS MANAGEMENT; MBA. (WORLD BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS: FERRY SERVICES/ TRANSPORTATION

NATTAKIT BOONMA: THE DECISION IS LIKELY TO AFFECT FERRY SERVICES CONNECTING TRANSPORTATION ROUTES BETWEEN PATTAYA (CHONBURI), CHAAM (PHETCHABURI) AND HUA HIN (PRACHUAP KHIRI KHAN. ADVISOR COMMITTEE: ITRA SUWANBON, Ph.D., SARANYA LERTPHUTTHARAK, Ed.D. 134 P. 2016.

The research had objective to study the tendency of the need to use the ferry service connecting transportation routes among Pattaya (Chonburi), Chaam (Pechaburi), and Hua Hin (Prachuap Khiri Khan). Survey was the method of data collection. There were 500 samples chosen with stratified random sampling. The proportion of the samples was determined in each region. Questionnaires were distributed to both Thai and foreign tourists using ferry service in each region: Pattaya, Chaam, and Hua Hin. Descriptive statistics were used for data analysis. For hypotheses testing, One-Way ANOVA T- test and Multiple regression analysis were used. For testing for autocorrelation, Durbin -Watson was used to test the independence of error by considering whether its value was between 1.50 and 2.50. The findings revealed that there were 500 respondents. There were 264 male respondents accounting for 52.80 %. There were 236 female respondents accounting for 47.20 %. 153 respondents (30.60%) had the age range of 31-40 years. 296 respondents (59.29 %) had a bachelor's degree. 243 respondents (48.60 %) were private sector employees. 236 respondents (47.20 %) had average monthly income of 10,001 - 20,000 baht. 388 respondents (77.60 %) were Thai tourists.

From hypotheses testing, it was found that respondents with different gender, age, educational level, current occupation, and average monthly income had no difference in the tendency of the need to use the ferry service connecting transportation routes among Pattaya (Chonburi), Chaam (Pechaburi), and Hua Hin (Prachuap Khiri Khan. For hypothesis testing, it was found that respondents with different nationality had difference in the tendency of the need to use the ferry service connecting transportation routes among Pattaya (Chonburi), Chaam (Pechaburi), and Hua Hin (Prachuap Khiri Khan. From hypotheses testing, the standard of the ferry and measures concerning activities influenced the tendency of Thai and foreign tourists' need to use ferry service, connecting transportation routes among Pattaya, Chaam and Hua Hin. For hypothesis of marketing mix factors, it was found that promotion influenced the tendency of Thai and foreign tourists' need to use ferry service, connecting transportation routes among Pattaya, Chaam and Hua Hin

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์	5
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ (Service theory)	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
มาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว (Tourist boat standard).....	15
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	19
แนวคิดการขนส่ง	21
รูปแบบและลักษณะเรือเฟอร์รี่	27
การให้บริการเรือเฟอร์รี่ในประเทศไทย	32
ทำเรือบริเวณพัทยาที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน	37
ทำเรือบริเวณชะอำที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ท่าเรือบริเวณหัวหินที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่	
เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	47
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	47
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	50
ลักษณะแบบสอบถาม	51
ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล	53
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	53
4 ผลการวิจัย.....	55
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐาน	
เรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ	
(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์).....	59
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนประสมทางการตลาด	
ในการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี)	
ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์).....	73
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยว	
ที่จะใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี)	
ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์).....	78
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	78
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	89
สรุปผลการวิจัย.....	89
อภิปรายผลการวิจัย	93
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	95

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	96
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก.....	101
ภาคผนวก ข.....	111
ภาคผนวก ค.....	126
ประวัติย่อของผู้วิจัย	134

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 จำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่	48
3-2 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น.....	53
4-1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย	56
4-2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	56
4-3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	57
4-4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	57
4-5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	58
4-6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
4-7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเชื้อชาติ	59
4-8 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านสภาพทางกายภาพ	60
4-9 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านบุคลากร	62
4-10 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน.....	65
4-11 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการและพนักงาน.....	66
4-12 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านสิทธิมนุษยชน.....	67
4-13 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านมาตรฐานเกี่ยวกับเรือ.....	68
4-14 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	70
4-15 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4-16	สรุปลักษณะและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเรือบริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา- ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยว.....	72
4-17	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พญา-ชะอำ-หัวหิน ด้านการบริการ	73
4-18	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พญา-ชะอำ-หัวหินด้านราคา.	74
4-19	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พญา-ชะอำ-หัวหินด้านการจัด จำหน่าย.....	75
4-20	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พญา-ชะอำ-หัวหิน ด้านการส่งเสริมการขาย.....	76
4-21	สรุปลักษณะและส่วนเบี่ยงเบนส่วนประสมทางการตลาดของการบริการเรือเฟอร์รี่ ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพญา ชะอำ และหัวหิน	77
4-22	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พญา-ชะอำ-หัวหินเกี่ยวกับ แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะใช้บริการเรือเฟอร์รี่.....	78
4-23	การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	79
4-24	การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	80
4-25	การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	81
4-26	การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
4-28 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเชื้อชาติ.....	84
4-29 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของ มาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย.....	85
4-30 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการ เฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย	87

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2-1 Passenger ferry.....	28
2-2 Double ended ferry	28
2-3 Hydrofoil.....	29
2-4 Hover craft	30
2-5 Ro pax ferry	30
2-6 Cruise ferry	31
2-7 Catamaran	32
2-8 บริษัท ซีทรานเฟอร์รี่	33
2-9 บริษัท บริหารสินทรัพย์เฟอร์รี่	34
2-10 บริษัท เรือเร็วลมพระยา เฟอร์รี่	34
2-11 บริษัท เกาะช้าง เฟอร์รี่	35
2-12 เรือโดยสารระหว่างพัทธากับเกาะล้าน	36
2-13 ทำเรือแหลมบาลีฮาย	37
2-14 ทำเรือแหลมฉบัง	38
2-15 ทำจอดเรือโอเชียนมารีน่า.....	39
2-16 ทำเรือชลประทานซิเมนต์.....	40
2-17 ทำจอดเรือภัทรมารีน่า	41
2-18 ทำเทียบเรือประมงหัวหิน	42
2-19 ทำเทียบเรือประมงปราณบุรี	42
2-20 หาดปึกเตียน	43

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การคมนาคมทางเรืออยู่คู่กับคนไทยมาช้านานตั้งแต่อดีตจวบจนถึงปัจจุบัน การคมนาคมทางน้ำยังเป็นทางเลือกหลักอยู่และยังเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้นอีกด้วยในกลุ่มของนักท่องเที่ยว ที่มักใช้เส้นการเดินทางเรือนี้ในการชมทัศนียภาพ ศิลปะ สถาปัตยกรรมมีประวัติความเป็นมาที่มีความหมายลึกซึ้งของไทยที่ตั้งอยู่ริมน้ำ ทั้งนี้ยังใช้ในการเดินทางไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ที่สำคัญของเมืองไทย นักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้บริการเรือโดยสารในการเดินทางเพราะช่วยลดเวลาในการเดินทาง อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมักจะตั้งอยู่ใกล้ริมฝั่งแม่น้ำ อีกทั้งประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีอยู่หลากหลายประเภทด้วยกัน ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจและเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่เสมอ (ปัญญา น้อยเปรม, ปาวิศร์ เอกากุล, วิวิธพิศพล กุรุวัชรพงศ์, ศิริวุฒิ ฤทธิ์ไพย์ และสิทธิพร อยู่เอม, 2558)

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยใน ส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดให้มีการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ส่งเสริมการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว ตลอดจนมีนโยบายการพัฒนาระบบบริหารจัดการขนส่ง สินค้าและบริการ โดยในส่วนที่เกี่ยวกับการขนส่งทางน้ำ รัฐบาลกำหนดให้มีการพัฒนาการขนส่งทางน้ำและกิจการ พาณิชยนาวีนขนส่งเดินเรือชายฝั่งทะเลทั้งด้านทะเลอันดามันและฝั่งด้านทะเลอ่าวไทย กระทรวงคมนาคมเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงนโยบายด้านการท่องเที่ยวและนโยบายการพัฒนาระบบ บริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการเข้าด้วยกัน โดยจัดทำโครงการท่าเรือเฟอร์รี่เพื่อเชื่อมเส้นทาง การขนส่งนักท่องเที่ยว ผู้โดยสาร และสินค้าระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) เพื่อลดระยะเวลาในการเดินทางและระยะเวลาขนส่ง พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในฝั่งด้านทะเลอ่าวไทย โดยกระทรวงคมนาคมมอบหมายกรมเจ้าท่า โดยสนับสนุนให้มีการเปิดการเดินทางเรือเฟอร์รี่ และการพัฒนาท่าเรือเฟอร์รี่อย่างเป็นรูปธรรม (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555)

จุดหมายสำคัญประกอบด้วย พัทยาซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทชายทะเลที่ได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศมาเป็นเวลานานกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ จนติดอันดับเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ในปี พ.ศ. 2550 ทำรายได้ให้กับประเทศถึง 547,500 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จึงเป็น โดยประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 87 ประกอบอาชีพด้านการค้าและการบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนของชาวจังหวัดชลบุรี และของประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการเคลื่อนย้ายของประชากรเข้ามาเพื่อประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดชาวต่างชาติและคนไทย อาทิเช่น เกาะล้าน, ตลาดน้ำ 4 ภาค, วอล์กกิ้ง สตรีท เป็นต้น (Pattaya City, 2559)

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีสถานท่องเที่ยวที่หลากหลายเนื่องจากความเป็นเมืองแห่งความงามของธรรมชาติและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีแบ่งออกได้เป็น ชายหาด น้ำตก ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เขตประวัติศาสตร์ เขตพื้นที่ป่าฝนและแม่น้ำ เช่น อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานและหาดชะอำ เป็นต้น ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของจังหวัดเพชรบุรี ดังนั้นจังหวัดเพชรบุรีจึงมีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกเที่ยวและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยชะอำเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเพชรบุรีและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอยู่หลายแห่งที่ได้รับความนิยมจากชาวไทยและชาวต่างชาติในระดับต้น ๆ ของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจการค้าขายของที่ระลึก ร้านอาหาร การประมง เป็นต้น อำเภอชะอำตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดเพชรบุรีเป็นระยะทาง 40 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 200 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 660.66 ตารางกิโลเมตร อาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ทิศใต้ติดต่อกับอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทิศตะวันออกติดต่อกับทะเลอ่าวไทยทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ได้แก่ ชายหาดชะอำ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน วนอุทยานเขานางพันธุรัต สวนอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า ห้วยทรายเหนือ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ่างเก็บน้ำห้วยตะแปด และอ่างเก็บน้ำห้วยทราย เกาะท่าไทร ถ้ำค้างคาวนางยาง สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชมราชชนนี ซานโตรีนี่พาร์ค สวิสชีฟพาร์ม (การปกครองอำเภอชะอำ, 2555)

หัวหินเป็นอีกอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ ดากอากาศที่มีชื่อเสียงที่รู้จักระดับนานาชาติแห่งหนึ่งของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี อาทิเช่น ไม่มีคลื่นลมแรงในฤดูมรสุมและระยะทาง

ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ประกอบกับความมีเสน่ห์และมนต์ขลังตั้งแต่อดีต ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและพักผ่อนจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้การเจริญเติบโตของชุมชนเมืองหัวหินเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านค้าร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมุ่งเน้นส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่จำนวนมากขึ้นของนักท่องเที่ยวในอนาคต สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองหัวหิน

ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาแนวโน้มความต้องการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางพัทยา ชะอำ และหัวหิน ตามที่รัฐบาลมีนโยบายในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของการให้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่มีผลต่อความสำคัญต่อมาตรฐานเรือในการให้บริการของเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน
2. เพื่อศึกษาความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

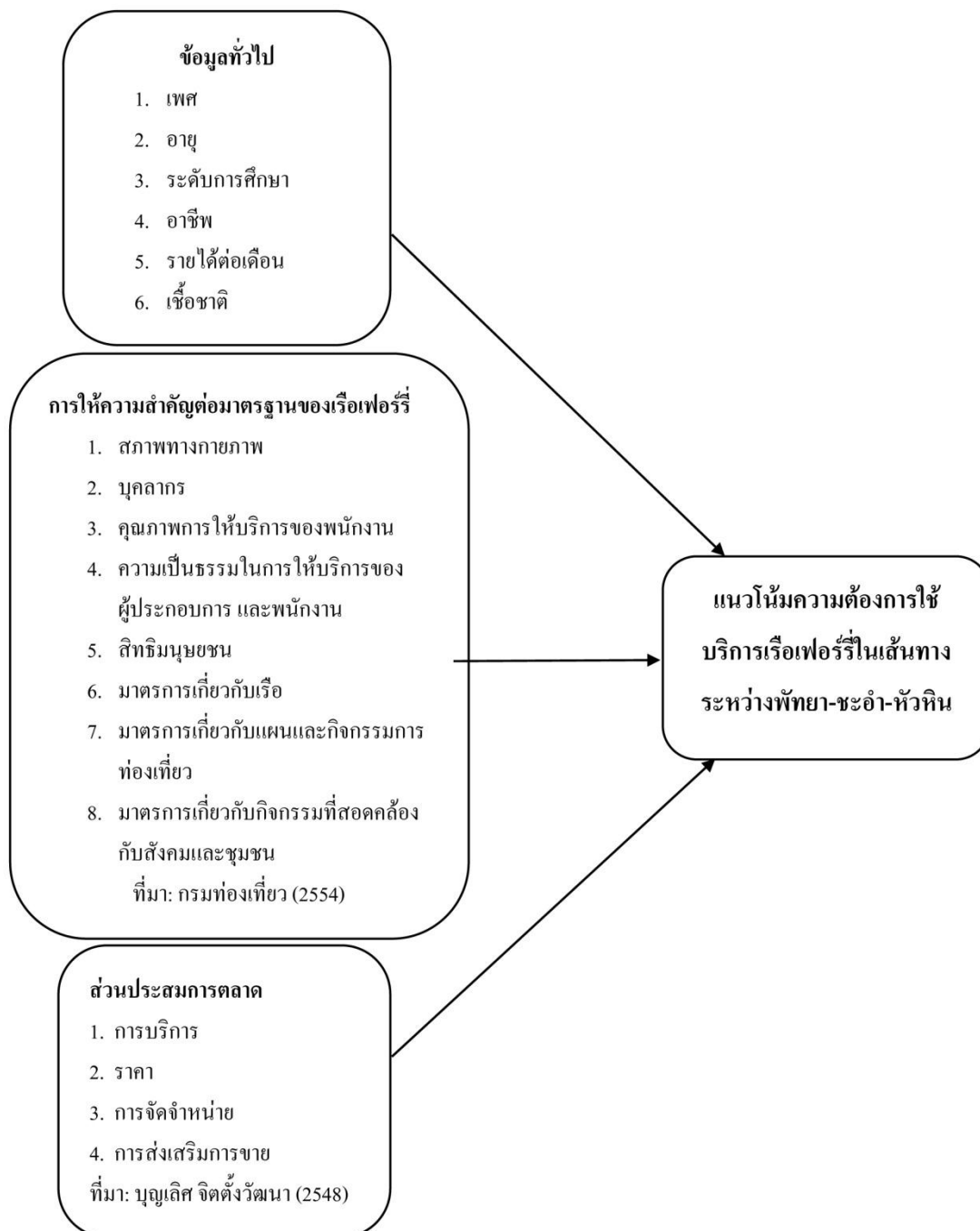
สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินแตกต่างกัน
2. ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

ตัวแปรตาม (Dependent variable)



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการเดินเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหาศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยในการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน

ด้านกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยในพัทยา-ชะอำ-หัวหิน

ด้านวิธีการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา-ชะอำ-หัวหิน

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่มีการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง โดยเป็นการเดินทางสองแห่งหรือมากกว่าก็ได้ ในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เดินทางมาเมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน

สภาพทางกายภาพ หมายถึง มาตรฐานเรือรับจ้างที่บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน ประกอบด้วยมิโบนุญาตใช้เรือ ป้ายบอกชื่อ สัญลักษณ์ และเลขทะเบียนของเรือแสดงชัดเจน มีทางขึ้น-ลง กว้าง ไม่มีสิ่งกีดขวาง ใช้งานได้สะดวก มีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสารชัดเจนมีป้ายแนะนำการปฏิบัติตัวของผู้โดยสารแสดงไว้อย่างชัดเจน มีเครื่องหมายกำหนดแนวบรรทุก (Load line) ชัดเจนและบรรทุกไม่เกินมีพื้นที่เก็บสัมภาระของผู้โดยสารที่แน่นอน มีห้องน้ำที่ถูสุขอนามัยแยกพื้นที่ปลอดบุหรี่ มีอุปกรณ์สื่อสารติดตั้งไฟต่าง ๆ ที่กฎหมายกำหนดและใช้งานได้ดีตัวเรือสามารถผิมน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและระบายอากาศได้ดีมีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่างเหมาะสมและปลอดภัยอุปกรณ์ช่วยชีวิตมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชีวิตดั่งนี้มีอุปกรณ์ในลักษณะเครื่องชูชีพ ติดตั้งอย่างเหมาะสมและใช้งานได้ดีเครื่องชูชีพทำงานได้ดี มีชื่อเรือหรือเลขทะเบียนเรือที่อุปกรณ์ชูชีพทุกชิ้นมีน้ำยาดับเพลิงเรือที่มีประสิทธิภาพ ครบตามจำนวน มีชื่อหรือเลขทะเบียนเรือแสดงชัดเจนห้องโดยสารที่เป็นช่องกระจกต้องสามารถเปิด-ปิดได้สะดวก หากไม่สามารถเปิดปิดได้ต้องมีค้อนติดตั้งไว้ทุกกระยะ 2 เมตร มียาสามัญ ชุดปฐม

พยาบาล ที่ไม่หมกมุ่น และตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสมมีน้ำดื่มสะอาดสำรองไว้ไม่น้อยกว่า 1 ลิตร ต่อ ผู้โดยสาร 1 คน

บุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ ที่มีความรู้ความสามารถและปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่ ถูกต้อง ทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลงานที่มีคุณภาพ

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน หมายถึง การปฏิบัติบุคลิกภาพ การปฏิบัติตน และ การสนทนาอย่างสุภาพ เป็นมิตรต่อผู้โดยสาร การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาด มีสัญลักษณ์ แสดงถึงความเป็นพนักงาน มีทัศนคติและทักษะที่ดีในการทำงานมีความรับผิดชอบในหน้าที่ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเส้นทาง และสถานที่นำเที่ยว สามารถสื่อสารได้ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา ตามความเหมาะสม

ความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน หมายถึงการปฏิบัติ ตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด มี จริยธรรมและศีลธรรมในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร

สิทธิมนุษยชน หมายถึงการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานกำหนด เรื่องค่าจ้าง สวัสดิการ ไม่ใช่แรงงานเด็ก สตรี และต่างชาติอย่างผิดกฎหมาย และไม่สนับสนุนให้มีการขายบริการทางเพศ เล่นการพนัน หรือกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดี และให้บริการอย่างเท่าเทียมกันทุกเชื้อชาติ ศาสนา ต้องคำนึงถึงความสะอาดปลอดภัยของคนพิการ คนชรา เด็ก และสตรีมีครรภ์

มาตรการเกี่ยวกับเรือ หมายถึงการใช้ทรัพยากรและการรักษาสิ่งแวดล้อมลดการใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กระจบอง โลหะ เป็นต้น มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และของเสีย ทั้งบนเรือและแหล่งท่องเที่ยว มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันจากเรือให้อยู่ ในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม มีการป้องกันเสียงดังรบกวนจากเครื่องยนต์ และ ระเบิดระวางไม่ทำลาย หรือรบกวนสัตว์น้ำ พืชพรรณ และทรัพยากร ธรรมชาติอื่น ๆ ในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น แนวปะการัง ป่าชายเลน หินงอกหินย้อย

มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงการปฏิบัติแผนการนำเที่ยว จัด โปรแกรม และสถานที่นำเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-น้ำลง หลีกเลี่ยงเหตุการณ์ ผสมพันธุ และการวางใจของสัตว์น้ำ การปฏิบัติกิจกรรมการนำเที่ยว จัดให้มีกิจกรรม การให้ ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศตามความเหมาะสม เช่น เก็บขยะริมหาด ปลูกกล้า ไม้ชายเลน และไม่สนับสนุนให้มีการทำลายระบบนิเวศ เช่น เก็บเปลือกหอย ปะการัง หรือปลา สวยงาม

มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน หมายถึงการอนุรักษ์และ สนับสนุนสิ่งที่ดีงามให้แก่ชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรมการสร้าง ความเข้าใจและให้

ความร่วมมือกับชุมชนเช่น เข้าร่วมกับองค์กรของพื้นที่การเสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น มีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์, บริการ (Product) หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคในที่นี่หมายถึง เรือเฟอร์รี่บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่เดินทางมาเมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน

ราคา (Price) หมายถึง อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจพฤติกรรมและกรอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่น ๆ รวมถึงการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) มาเป็นองค์ประกอบการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภค

การจัดจำหน่าย (Distribution) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอนมีส่วนร่วมจากหลายบริษัท ดังนั้น การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยโครงสร้างของช่องทาง (สถาบันและกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการติดต่อบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภคทราบรวมทั้งเป็นกิจกรรมที่ไปกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารข่าวสารในลักษณะบอกกล่าวเชิญชวนผู้บริโภค โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่เชื่อมเส้นทางทางขนส่งระหว่างพัทธา (จังหวัดชลบุรี)-ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี)-หัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) โดยนำเอาทฤษฎี แนวความคิด เอกสารที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบแนวการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. มาตรฐานเรือ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนสะสมทางการตลาด
5. แนวคิดขนส่ง
6. การให้บริการเรือเฟอร์รี่
7. ท่าเทียบเรือเฟอร์รี่
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ (Service theory)

ความหมายของธุรกิจบริการ

การบริการ หมายถึง การกระทำที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ ความหมายของการบริการ มีผู้กล่าวถึงความหมายของการบริการไว้หลายท่าน ผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้ พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ” เช่น การให้หรือใช้บริการส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึง คือ “การกระทำที่เต็มไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น (สมิต สัจฉกร, 2543, หน้า 13) ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 334-336) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการไว้ว่า บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้าได้แก่ธนาคาร โรงเรียน โรงภาพยนตร์สถานบริการต่าง ๆ เป็นต้น โดยธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร

3. การซื้อบริการและมีสินค้าความมาด้วย เช่น ร้านอาหาร

4. การซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร

นั้ตรยาพร เสมอใจ และมีทนียา สมมิ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของธุรกิจบริการคือธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคและผลประโยชน์ของธุรกิจสรุปได้ว่า ความหมายของธุรกิจบริการ หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการเสนอขายบริการที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความสนุกสนานและบันเทิงแก่ลูกค้า โดยเรียกค่าบริการเป็นค่าตอบแทนลักษณะของการบริการ Kotler (2003, p. 578) แบ่งลักษณะของการบริการออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนไม่สามารถมองเห็น ไม่รู้สึกรู้สีกไม่ได้ไม่ได้ยิน หรือไม่มีกลิ่น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) โดยปกติการบริการจะเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ลักษณะเช่นนี้จึงต่างกับผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนที่ผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน ลักษณะเช่นนี้จึงต่างกับผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนที่ผลิตแล้วนำเก็บเป็นสินค้าคงคลังจัดจำหน่ายผ่านคนกลางหลายรายและได้รับการบริโภคในเวลาต่อมาถ้าบุคคลหนึ่งเป็นผู้ให้บริการเขาจะเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ เมื่อลูกค้ามาแสดงตัวเพื่อขอรับบริการการบริการจึงเกิดขึ้นปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการเป็นลักษณะพิเศษของตลาดบริการ

3. ความหลากหลาย (Variability) สาเหตุที่ทำให้การบริการเกิดความหลากหลายนั้นขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ และบริการนั้นเกิดขึ้นเมื่อใด รวมถึงสถานที่แห่งไหนที่เป็นที่

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้การดับสูญของการบริการไม่เป็นปัญหาเมื่ออุปสงค์มีอย่างสม่ำเสมอ

สรุปได้ว่า การบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า ไม่สามารถสัมผัสการบริการในเบื้องต้นด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าอาจจะบอกได้เพียงว่าการบริการน่าจะดีแต่การประเมินผลการบริการต้องทดลองใช้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารจะต้องทำความเข้าใจและจะต้องบริหารลักษณะเฉพาะตัวของการบริการให้เป็นประโยชน์แก่ธุรกิจให้ได้

หลักในการให้บริการ

หลักในการให้บริการ คุณสมบัติของบริการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วยหลัก 5 ประการ คือ (วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์, 2542, หน้า 15-17)

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด

2. หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือการให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

3. หลักความเสมอภาค คือ บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

4. หลักความประหยัด คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการ จะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลตอบแทนที่จะได้รับกลับมา

5. หลักความสะดวก คือ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สั้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาวะยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการมากเกินไป

สรุปได้ว่า พลังในการให้บริการคุณสมบัติบริการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วยหลัก 5 ประการ ดังนี้ หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด หลักความสะดวก

คุณภาพการให้บริการ (Service quality)

คุณภาพการให้บริการ (Service quality) เป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ (Etzel, Walker & Stanton, 2007) หรือเป็นการรับรู้ของลูกค้าจะประเมินคุณภาพบริการ โดยเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปากหรือจากโฆษณาของธุรกิจบริการลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) และในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) ซึ่งนักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ในการพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552, หน้า 342)

1. บริการที่นำเสนอ (Offering) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้าซึ่งประกอบด้วย

1.1 การให้บริการพื้นฐานเป็นจุด เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากธุรกิจ เช่น บริการพื้นฐานของโรงแรม ได้แก่ ความสะอาด ความสะดวกสบายในการเข้าพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไปที่โรงแรมควรมีให้แก่ผู้ที่เข้าพัก เป็นต้น

1.2 ลักษณะการให้บริการเสริมได้แก่ บริการที่ธุรกิจมีให้เพิ่มเติมนอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น โรงแรมมีสวนหย่อม มีสระว่ายน้ำ มีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย

2. การส่งมอบบริการ (Delivery) ธุรกิจต้องมีการส่งมอบที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยการตอบสนองความคาดหวังในด้านคุณภาพการให้บริการผู้บริโภครอคาดหวัง

3. ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการ โดยอาศัยสัญลักษณ์ตราสินค้า เครื่องมือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

4. ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขึ้นทั่วไป เช่น สายการบินมีที่นั่งแบบปรับนอนได้

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น ๆ เช่น ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้ความปรารถนาดีมีน้ำใจไมตรี อันดีให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความประทับใจและความรู้สึกที่ดีซึ่งสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวไม่สามารถจะมองเห็นและสัมผัสได้แต่เป็นสิ่งที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขารังสิต ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่แสดงความจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน (ลฎฎฎฎ พูลเกษม, 2550, หน้า 34)

การวางแผนในเรื่องการบริการของธนาคารที่จะเสนอให้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องพัฒนาและขยายสาขาของการบริการให้มากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยพิจารณาถึงบริการของธนาคารที่อยู่ในข่ายของการแข่งขันเป็นเกณฑ์นโยบายเกี่ยวกับช่องทางการเสนอบริการ เนื่องจากธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันค่อนข้างมากในเรื่องของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยฉะนั้นการให้บริการวัตถุประสงค์การกู้ยืมหลายประเภทและการเข้าถึงลูกค้าในชุมชนต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญมากการขยายสาขาให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธนาคารธุรกิจที่ให้บริการจะใช้เฉพาะส่วนผสมการตลาดนั้น ไม่เพียงพอเครื่องมือที่จำเป็นต้องให้เพิ่มเติมคือคุณภาพ

การให้บริการ (Service quality) สิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการคือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบเกณฑ์การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการหมายถึงกิจกรรมหรือกระบวนการ ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและ ก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น ๆ เช่น ความช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้ความปรารถนาดีมีน้ำใจไมตรีอันดีให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ให้ความสะดวก รวดเร็ว ให้ความประทับใจและความรู้สึกที่ดีซึ่งสิ่งต่าง ๆ

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's third new international dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสำราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหา สุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความ สนุกสนานเท่านั้น ความหมายของการท่องเที่ยว นั้น อาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ได้ ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (วรรณ วลัยวานิช, 2539)

ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือ โน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่ง ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยว นั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมากสิ่งดึงดูดใจทางการ ท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural attraction factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่ สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and cultural attraction factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่นสิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น

1.3 คน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุด

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักร้านอาหารเป็นต้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market of tourist)

4. วัตถุประสงค์กับการท่องเที่ยว โรบินสัน (Robinson) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลมีอยู่ 8 ประการ คือ

4.1 เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย

4.2 เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศดี

4.3 เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา

4.4 เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ

4.5 เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน

4.6 เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีคนที่

ใกล้ชิดจำเจ

4.7 เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา

4.8 เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

5. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น จึงประกอบด้วยหลักการที่สำคัญอยู่ 10 ประการ คือ

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอคิ (Using resource sustainable) หมายถึง ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing over-consumption and waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏักต้องหาวิธีการจัดการ โดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse renew recycle) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และนำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สัตว์ และวัฒนธรรม (Maintain diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning) ต้องมีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาภูมิภาค จังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting local economy) ต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วม โดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์การรวม (Participation approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting stakeholders and the public) ต้องมีการประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่

8. การพัฒนาบุคลากร (Training staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด

9. การจัดเตรียมข้อมูล คุ่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing tourism responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการ

ขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการ นำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2556)

ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวถึง การท่องเที่ยว คือการเดินทางเพื่อสำราญใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อใฝ่หาสุขารมณ์หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง จึงได้นำมาประกอบกับงานวิจัย

มาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว (Tourist boat standard)

นิยามปฏิบัติการเรือรับจ้างนำเที่ยว หมายถึง เรือบรรทุกผู้โดยสารที่เล่นในลำน้ำหรือทะเลประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่เรือกลลำน้ำ และเรือกลเดินทะเลเฉพาะเขต หรือเรือโดยสารประเภทอื่น ๆ ที่ได้รับการจดทะเบียนให้บรรทุกคนโดยสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เรือรับจ้างนำเที่ยว ตามมาตรฐานนี้ แบ่งเป็น 3 ขนาด ตามจำนวนการบรรทุกโดยสารดังนี้

1. เรือขนาดเล็ก บรรทุกผู้โดยสารไม่เกิน 15 คน
2. เรือขนาดกลาง บรรทุกผู้โดยสารจำนวน 16-70 คน
3. เรือขนาดใหญ่ บรรทุกผู้โดยสารจำนวน 71 คน ขึ้นไป

องค์ประกอบที่ 1 สภาพทางกายภาพ เภณท์ คือ

1. ตัวเรือ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชีวิต ดังนี้
 - 1.1 มีใบอนุญาตใช้เรือ
 - 1.2 มีป้ายบอกชื่อ สัญลักษณ์ และเลขทะเบียนของเรือแสดงชัดเจน
 - 1.3 มีทางขึ้น-ลง กว้าง ไม่มีสิ่งกีดขวาง ใช้งานได้สะดวก
 - 1.4 มีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสารชัดเจน

- 1.5 มีป้ายแนะนำการปฏิบัติตัวของผู้โดยสารแสดงไว้อย่างชัดเจน
- 1.6 มีเครื่องหมายกำหนดแนวบรรทุก (Load line) ชัดเจนและบรรทุกไม่เกิน
- 1.7 มีพื้นที่เก็บสัมภาระของผู้โดยสารที่แน่นอนและใช้งานสะดวก
- 1.8 มีห้องน้ำที่ถูกต้องสุขอนามัย
- 1.9 แยกพื้นที่ปลอดบุหรี่ และสูบบุหรี่อย่างชัดเจน อากาศถ่ายเทสะดวก
- 1.10 มีอุปกรณ์สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
- 1.11 ติดตั้งไฟต่าง ๆ ที่กฎหมายกำหนดและใช้งานได้
- 1.12 ตัวเรือสามารถผิวน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและระบายอากาศได้ดี
- 1.13 มีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่างเหมาะสมและปลอดภัย
2. อุปกรณ์ช่วยชีวิตมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชีวิต ดังนี้
 - 2.1 มีอุปกรณ์ในลักษณะเครื่องชูชีพ ติดตั้งอย่างเหมาะสมและใช้งานได้
 - 2.2 เครื่องชูชีพทำงานได้ดี มีชื่อเรือหรือเลขทะเบียนเรือที่อุปกรณ์ชูชีพทุกชิ้น
 - 2.3 มีน้ำยาคับเพลิงเรือที่มีประสิทธิภาพ ครบตามจำนวน มีชื่อหรือเลขทะเบียนเรือ

แสดงชัดเจน

2.4 ในกรณีมีห้องโดยสารที่เป็นช่องกระจกต้องสามารถเปิด-ปิดได้สะดวก หากไม่สามารถเปิดปิดได้ต้องมีค้อนติดตั้งไว้ทุกกระยะ 2 เมตร

2.5 มียาสามัญ ชุดปฐมพยาบาล ที่ไม่หมดอายุ และตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม

2.6 มีน้ำดื่มสะอาดสำรองไว้ไม่น้อยกว่า 1 ลิตร ต่อ ผู้โดยสาร 1 คน

องค์ประกอบที่ 2 บุคลากร เกณฑ์ คือ

1. คนขับ (ผู้ควบคุมเรือ/ นายท้ายเรือ) และช่างเครื่องมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชีวิต ดังนี้

1.1 มีความรู้ความสามารถ และประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ ตามขนาด ประเภท และเขตการเดินเรือแสดงพร้อมทั้งบัตรประจำตัวที่ออกโดยหน่วยราชการ

1.2 มีความสามารถศึกษาสภาพกระแส น้ำ ท้องน้ำ ฯ ตลอดระยะทาง

1.3 ตรวจสอบสภาพเรือ ก่อนออกเรือทุกครั้ง

1.4 ไม่ขับเรือด้วยความประมาท ไม่เสพของมีนเมาขณะขับเรือ

2. คนขับ (ผู้ควบคุมเรือ/ นายท้ายเรือ) ช่างเครื่องและพนักงานมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชีวิต ดังนี้

2.1 บันทึกจำนวนหรือรายชื่อผู้โดยสารให้ครบถ้วนทุกครั้งที่ออกเรือและควบคุมไม่ให้ น้ำหนักเกิน

- 2.2 แนะนำคน และชี้แจงการปฏิบัติคนในสถานการณ์ต่าง ๆ
 - 2.3 แจ้งผู้โดยสารทุกครั้งทีเรือจะผ่านจุดอันตรายและ แนะนำการปฏิบัติคน
 - 2.4 ว่ายนํ้าได้และสามารถช่วยเหลือและปฐมพยาบาลผู้โดยสารได้
 - 2.5 มีช่างเครื่องยนต์ประจำเรืออย่างน้อย 1 คน และช่างต้องมีประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ ตามขนาด ประเภท และเขตการเดินเรือ แสดงพร้อมบัตรที่ออกให้โดยหน่วยงานราชการ
 - 2.6 มีเจ้าหน้าที่ผู้มีประสบการณ์คอยให้ความช่วยเหลือ และรักษาความปลอดภัยแก่ผู้โดยสารบนเรือ หรือท่าเทียบเรือ อย่างน้อย 1 คน
3. เจ้าของเรือและผู้ประกอบการ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 3.1 จดทะเบียนเรือ หรือ มีใบอนุญาตใช้เรืออย่างถูกต้อง และไม่หมดอายุ
 - 3.2 ตรวจสอบสภาพเรือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ตามเวลาที่กำหนด
 - 3.3 ส่งเสริมให้มีการอบรมการปฏิบัติคนในสถานการณ์ ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
 - 3.4 ทำประกันภัยสำหรับผู้โดยสาร (หรือ โดยผู้ประกอบการอื่นที่เกี่ยวข้อง) ตามขนาดการบรรทุก และวงเงินไม่น้อยกว่าที่กำหนดใน พ.ร.บ. ประกันภัยบุคคลที่ 3
- องค์ประกอบที่ 3 คุณภาพการให้บริการของพนักงาน เกณฑ์ประกอบด้วย**
1. ด้านบุคลิกภาพ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 1.1 ปฏิบัติคน และสนทนาอย่างสุภาพ เป็นมิตร
 - 1.2 แต่งกายสุภาพ สะอาด มีสัญลักษณ์พนักงานของเรือชัดเจน
 2. ด้านทักษะ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 2.1 มีทัศนคติ และทักษะที่ดีในการทำงาน มีความรับผิดชอบ
 - 2.2 มีความรู้รอบตัวต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ
- องค์ประกอบที่ 4 ความเป็นธรรมของการให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน เกณฑ์ประกอบด้วย**
1. ด้านกฎหมาย มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 1.1 ปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายของการคมนาคมทางน้ำ
 - 1.2 ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
 2. ด้านจริยธรรมและศีลธรรม มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 2.1 รักษาความสัตย์สุจริตในการให้บริการ อาทิ อัตราค่าบริการ การนัดหมาย ฯ
 - 2.2 มีความซื่อสัตย์ในการให้บริการโดยไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย หรือ ศีลธรรม
 - 2.3 สามารถสื่อสารได้มากกว่า 1 ภาษา ตามลักษณะการประกอบการ

องค์ประกอบที่ 5 สิทธิมนุษยชน เกณฑ์ประกอบด้วย

1. ผู้ประกอบการ มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 1.1 ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน
 - 1.2 ไม่ใช่แรงงานผิดกฎหมาย
2. ผู้ประกอบการและพนักงานมีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 2.1 ไม่สนับสนุนให้มีการทำผิดศีลธรรม
 - 2.2 ให้บริการอย่างเท่าเทียม
 - 2.3 ดำเนินถึงความสะดวก ปลอดภัยของ เด็ก สตรีมีครรภ์ คนชรา และคนพิการ

องค์ประกอบที่ 6 มาตรการเกี่ยวกับเรือ เกณฑ์ประกอบด้วย

1. การใช้ทรัพยากร และการรักษาสิ่งแวดล้อม มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัด ดังนี้
 - 1.1 ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 1.2 มีการกำจัดของเสียทั้งบนเรือและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
 - 1.3 มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันของเรือไม่ให้ปนเปื้อนอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
 - 1.4 มีการควบคุมเสียงของเรือ และกิจกรรมนันทนาการให้อยู่ในระดับที่ไม่รบกวนต่อสิ่งแวดล้อม

- 1.5 กรณีเล่นเรือกลางคืน ไม่ใช้การส่องสว่างที่รบกวนสิ่งแวดล้อม
2. การควบคุม มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 2.1 ระมัดระวังไม่ให้เกิดการทำลาย หรือรบกวนธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 7 มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว เกณฑ์ประกอบด้วย

1. แผนการนำเที่ยว มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 1.1 จัดโปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาล น้ำขึ้น-น้ำลง เลี่ยงฤดูผสมพันธุ์ และวางไข่ของสัตว์
2. กิจกรรมการท่องเที่ยว มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 2.1 จัดให้มีกิจกรรมการให้ความรู้หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศน์ตามความเหมาะสม
 - 2.2 ไม่สนับสนุนให้มีการทำลายระบบนิเวศน์ เช่น เก็บปะการัง ฯ

องค์ประกอบที่ 8 มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม เกณฑ์ประกอบด้วย

1. การสนับสนุน มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 1.1 อนุรักษ์ และสนับสนุน สิ่งที่ดีงามของชุมชน

2. การมีส่วนร่วม มีแนวปฏิบัติและรายละเอียดของตัวชี้วัดดังนี้
 - 2.1 สร้างความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับชุมชน
 - 2.2 เสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ร่วมกัน
 (สำนักพัฒนาบริหารการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว, 2554)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 136-137) กล่าวว่า iva การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Promotion of tourism) เป็นส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ และนักวิชาการส่วนใหญ่ก็มักใช้ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีส่วน เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้จัดการด้านการบริการก็เป็นได้

1. สินค้าหรือบริการ (Products element) เราต้องเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึง การบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
2. สถานที่ (Place) ตามหลักการของการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่มักจะ เกี่ยวข้องกับเรื่องของสถานที่และเวลา ซึ่งการที่จะสามารถกระจายสินค้าให้ไปถึงลูกค้า นั้นเรา จำเป็นต้องทำการวางแผนหลักการของการบริการก่อน
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีนักการตลาดคนไหนที่จะละเลยการส่งเสริม การตลาด เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าทำการซื้อสินค้าได้ ไม่ว่าจะผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา โปรชัวร์ และอินเทอร์เน็ต
4. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่ทั้งองค์กรและลูกค้าต่างให้ความสำคัญ อัตราใน การแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง

โคเลอร์ อามสตรอง (Kotler & Armstrong, 2006, p. 44 อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ อินตะ, 2551, หน้า 26) กล่าวว่ากรอบความคิดเกี่ยวกับ 4Ps กำหนดไว้ว่า นักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และลักษณะเฉพาะตัวของมัน ทำการกำหนดราคาตัดสินใจว่า จะจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไรและเลือกวิธีการส่งเสริมการขายนักวิเคราะห์บางรายรู้สึกลัวว่า หลัก 4Ps มองข้าม หรือให้ความสำคัญต่อกิจกรรมบางอย่างน้อยเกินไปแนวคิดทางการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น พื้นฐานที่ควรเรียนรู้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดวิธีทางการตลาดโดยแนวคิดที่รู้จักกัน แพร่หลายและนำมาใช้ในด้านธุรกิจคือ 4Ps ในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดนั้น องค์กร ต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปแล้วนิยมเรียกว่าเครื่องมือ

ทางการตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลิตภัณฑ์ (Product)

สุรสิทธิ์ อินต๊ะ (2551, หน้า 26) กล่าวว่าไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง “สิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ” ดังนั้นจากความหมายนี้ “ผลิตภัณฑ์” จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้

ราคา (Price) สุรสิทธิ์ อินต๊ะ (2551, หน้า 26) กล่าวว่าไว้ว่า ความหมายของราคา คือ อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด ความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่น ๆ รวมถึงการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) มาเป็นองค์ประกอบการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด

การจัดจำหน่าย (Place) สุรสิทธิ์ อินต๊ะ (2551, หน้า 26) กล่าวว่าไว้ว่า ความหมายของการจัดจำหน่าย (Distribution) คือ กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอนมีส่วนร่วมจากหลายบริษัท ดังนั้น การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยโครงสร้างของช่องทาง (สถาบันและกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สุรสิทธิ์ อินต๊ะ (2551, หน้า 26) กล่าวว่าไว้ว่า ความหมายของการส่งเสริมการตลาด คือวิธีการติดต่อบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภคทราบรวมทั้งเป็นกิจกรรมที่ไปกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารในลักษณะบอกกล่าวเชิญชวนผู้บริโภค โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ในลักษณะของการจ่ายเงินซื้อสินค้าเครื่องมือที่ใช้ในการโฆษณา มีดังนี้

1. แผ่นพับ
2. ใบปลิว
3. โปสเตอร์หนังสือพิมพ์
4. นิตยสารโทรทัศน์
5. วิทยุ
6. โรงภาพยนตร์
7. โฆษณากลางแจ้ง

- โฆษณาเคลื่อนที่: รถประจำทาง เครื่องบิน รถไฟ ฯลฯ

สรุป จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's แล้วผู้วิจัยมีความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) 4P's เป็นเครื่องมือทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการติดต่อสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนหนึ่งในการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน ที่ได้กล่าวมาแล้ว

แนวคิดการขนส่ง

ความหมายของการขนส่ง

โดยทั่วไป หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคล สิ่งมีชีวิตหรือสิ่งของจากที่หนึ่ง ไปอีกที่หนึ่ง โดยอาศัยอุปกรณ์ในการขนส่งความหมายของการขนส่งตามพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 หมายถึง การขนส่งคนสัตว์หรือสิ่งของโดยทางบกด้วยรถความหมายของการขนส่งทาง เศรษฐศาสตร์ หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งของจากที่หนึ่ง ไปอีกที่หนึ่ง

บทบาทของการขนส่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจนั้น มีดังนี้

การขนส่งก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่และเวลา การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคล สิ่งที่มีชีวิตหรือสิ่งของจากที่หนึ่ง ไปอีกที่หนึ่ง ซึ่งการเคลื่อนย้ายสิ่งของหรือสินค้าจากที่หนึ่งที่มีสินค้าจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภค ไปอีกที่หนึ่งที่มีความต้องการของผู้บริโภคมีมากกว่าสินค้า จะทำให้ราคาของสินค้าเพิ่มขึ้นและการขนส่งที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการประหยัดเวลาในการขนส่ง และการเดินทาง การขนส่งเป็นตัวเชื่อมโยงการผลิตและการบริโภค การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาผลิตสินค้า เช่น โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ นำไม้จากจังหวัดตราดมาทำการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่จังหวัดระยอง เมื่อผลิตเสร็จแล้ว การขนส่งเป็นตัวกลางกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เช่น นำเฟอร์นิเจอร์จากจังหวัดระยองมาจำหน่ายให้ผู้บริโภคที่กรุงเทพมหานคร เป็นต้น (สถาบันที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ, 2553)

ความสำคัญของการขนส่ง สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการขนส่งเป็นปัจจัยพื้นฐาน ดังนี้

1. การขนส่งช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น ช่วยในด้านธุรกิจการผลิตสินค้าและการขนส่งจากระบายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ
2. การขนส่งช่วยลดต้นทุนในการผลิต การผลิตธุรกิจจำเป็นต้องมีการขนย้ายวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบมายังแหล่งผลิตการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. การขนส่งช่วยให้เกิดการจ้างแรงงาน ก่อให้เกิดการผลิตขนาดใหญ่ทำให้ธุรกิจมีความต้องการแรงงานมากขึ้น

4. การขนส่งช่วยให้เกิดดุลยภาพในระดับราคาสินค้า

5. การขนส่งช่วยให้สินค้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ การขนส่งที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ด้านสังคมและวัฒนธรรม การขนส่งมีความสำคัญในด้านสังคมและวัฒนธรรมดังนี้

1. การขนส่งช่วยให้เกิดการขยายเมือง ปัจจุบันประชาชนไม่จำเป็นต้องแออัดอยู่เฉพาะภายในใจกลางเมืองเท่านั้น เพราะการขนส่งที่สะดวกและรวดเร็ว

2. การขนส่งทำให้มาตรฐานการศึกษาของประชาชนสูงขึ้น

3. การขนส่งทำให้มีการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างสังคมต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

4. การขนส่งทำให้มนุษย์มีการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการระหว่างกันทำให้มาตรฐานความเป็นอยู่ของมนุษย์ในแต่ละสังคมดีขึ้นเท่าเทียมกัน การขนส่งมีความสำคัญในด้านปกครองและการป้องกันประเทศดังนี้

1. การขนส่งทำให้ประชาชนในประเทศแต่ละจังหวัดสามารถติดต่อกันได้โดยสะดวก

2. การขนส่งทำให้รัฐบาลสามารถเคลื่อนย้ายอาวุธยุทโธปกรณ์ และเสบียงอาหารไป มีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการขนส่งหมายถึง ผู้ดำเนินกิจการขนส่ง

2.2 เส้นทางขนส่ง หมายถึง ทางที่ใช้ในการขนส่งทั้งบก ทางน้ำและทางอากาศ

2.3 เครื่องมืออุปกรณ์ขนส่ง หมายถึง เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนส่งทั้งบก ทางน้ำและทางอากาศ เช่น เรือ รถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน

2.4 สถานีรับ-ส่ง หมายถึง สถานที่ที่กำหนดให้เป็นจุดรับ-ส่งคน สิ่งของที่จะทำการขนส่ง เช่น ป้ายจอดรถประจำทาง ท่าอากาศยานดอนเมือง สถานีรถไฟหัวลำโพง สถานีขนส่งสายใต้จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ

2.4.1 ความปลอดภัย การขนส่งเป็นการเคลื่อนที่ของคน ส่งมีชีวิต สิ่งของจากที่หนึ่ง ไปอีกที่หนึ่งด้วยความปลอดภัย

2.4.2 ความรวดเร็วตรงต่อเวลา การดำเนินธุรกิจทุกประเภทที่มีประสิทธิภาพจึงต้องมีความรวดเร็ว

2.4.3 ประหยัดค่าใช้จ่าย ในการประกอบธุรกิจสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องการคือผลตอบแทนในรูปของผลประโยชน์หรือกำไร

2.4.4 ความสะดวกสบาย ได้แก่ ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ผู้ใช้บริการขนส่ง นอกจากจะต้องการความปลอดภัย ความรวดเร็ว

การขนส่งทางน้ำ มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, กลุ่มท้องถิ่นและภูมิภาคการศึกษา, 2553ก)

1. ผู้ประกอบการ

1.1 ผู้ประกอบการขนส่งทางน้ำประจำทาง มีหน้าที่ในการให้บริการทางน้ำโดยมีเส้นทางและมีกำหนดตารางเดินเรืออัตราค่าระวาง และเงื่อนไขในการขนส่งที่แน่นอน

1.2 ผู้ประกอบการขนส่งทางน้ำที่ไม่ประจำทาง มีหน้าที่ในการให้บริการทางน้ำโดยไม่มีเส้นทางและตารางเดินเรือที่แน่นอน โดยให้บริการเมื่อมีผู้เรียกใช้บริการเรียกว่า เรือจร (Tramps)

1.3 ผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนเรือ (Shipping agent) คือ ทำหน้าที่ในการจัดหาผู้โดยสารหรือสินค้าให้บริษัทเรือโดยตัวแทนเรือรับผิดชอบเกี่ยวกับพิธีการเอกสารต่าง ๆ

2. ยานพาหนะ ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งทางน้ำ คือ เรือ แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 เรือโดยสาร คือ เรือที่ทำหน้าที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร

2.2 เรือสินค้า คือ เรือที่ทำหน้าที่ให้บริการขนส่งสินค้า

2.3 เรือเฉพาะกิจ คือ เรือที่ใช้งานเฉพาะเรื่อง เช่นเรือลากจูง เรือประมง เรือขุด

3. ท่าเรือและเส้นทางเดินเรือ ท่าเรือ คือ สถานที่จอดเรือ ทำหน้าที่ให้บริการอำนวยความสะดวกให้แก่การขนส่งทางเรือ

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางน้ำ มีดังนี้

4.1 กรมเจ้าท่า มีหน้าที่ในการก่อสร้าง ปรับปรุง ดูแลท่าเรือ ควบคุมการเดินเรือ การจดทะเบียนเรือ ออกใบอนุญาตเรือ

4.2 การท่าเรือแห่งประเทศไทย มีหน้าที่พัฒนาปรับปรุงท่าเรือให้ทันสมัยรับเคลื่อนย้ายสินค้าเก็บรักษาสินค้า ประสานงานกับหน่วยราชการอื่น ๆ

4.3 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการพาณิชย์ ทำหน้าที่ประสานงานเกี่ยวกับการพาณิชย์นาวีเสนอโครงการแผนงานและมาตรฐานของการพาณิชย์นาวีเกี่ยวกับการขนส่งทางทะเล การติดต่อ สื่อสาร การประกันภัยทางทะเล

4.4 บริษัทไทยเดินเรือทะเลจำกัด ทำหน้าที่ในการจัดหารายได้ และเงินตราต่างประเทศจากการเดินเรือทะเล

ข้อดีของการขนส่งทางน้ำ

1. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง อัตราค่าขนส่งทางน้ำต่ำกว่าอัตราค่าขนส่งประเภทอื่น ๆ

2. สามารถขนส่งสินค้าได้คราวละมาก ๆ

3. การขนส่งทางน้ำโดยเฉพาะการขนส่งทางทะเลมีระบบการประกันภัยที่จะได้รับการชดเชยเมื่อเรือหรือสินค้าได้รับความเสียหายเมื่อมีภัยเกิดขึ้น

4. การขนส่งทางน้ำมีความปลอดภัยกว่าการขนส่งทางถนน

ข้อจำกัดของการขนส่งทางน้ำ

1. การขนส่งทางน้ำ มีความล่าช้ามากกว่าการขนส่งประเภทอื่น ทำให้ไม่เหมาะกับสินค้าประเภทเสียหายได้ง่าย

2. การขนส่งทางน้ำ บางฤดูกาลไม่สะดวกในการขนส่ง เช่น หน้าน้ำหลาก

3. การขนส่งทางน้ำ ไม่สามารถให้บริการถึงมือผู้รับได้โดยตรง เนื่องจากเส้นทางเดินเรือคือ ท่าเทียบเรือ แม่น้ำ ลำคลอง

มาตรการเพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุทางน้ำ มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, กลุ่มท้องถิ่นและภูมิภาคการศึกษา, 2553)

มาตรการที่ 1 ด้านความปลอดภัยของตัวเรือ

1. จัดทำคุณลักษณะเฉพาะ และแบบมาตรฐานของเรือโดยสารขนาดต่าง ๆ ประกอบด้วยเรือโดยสารข้ามฟาก เรือโดยสารในแม่น้ำ เรือโดยสารในทะเล และเรือเฟอร์รี่ อาศัยข้อกำหนดตามกฎหมายข้อบังคับฯ ของกรมเจ้าท่า และมาตรฐานเรือต่างเรือโดยสาร

2. กำหนดรูปแบบลักษณะของเรือที่นำมาใช้ขนส่งผู้โดยสาร เช่น เรือลำเลียงหรือเรือประมงดัดแปลงเป็นเรือโดยสาร ให้มีความปลอดภัย ตามมาตรฐานที่กำหนด

3. กำหนดรูปแบบของห้องผู้โดยสารให้มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น โดยให้มีช่องหน้าต่างขนาดใหญ่มีอุปกรณ์ทุบกระจก มีที่เก็บสัมภาระ มีช่องทางเดินที่ปลอดภัย

4. กวดขันการตรวจสอบสภาพเรือทุกประเภทให้เรืออยู่ในสภาพที่สามารถใช้การได้ดีและปลอดภัย

5. กวดขันและดำเนินการ ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ช่วยชีวิตประจำเรือทุกประเภทให้มีสภาพและจำนวนครบถ้วนถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนด

มาตรการที่ 2 ด้านความปลอดภัยในการใช้ท่าเทียบเรือโดยสาร

1. กำหนดจำนวน และประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมีไว้ประจำท่าเพื่อความปลอดภัยของแต่ละท่า

2. นำมาตรฐานของท่าเทียบเรือและโป๊ะเทียบเรือโดยสารแต่ละขนาดของทุกประเภทการใช้งานมาเป็นแนวทางในการดำเนินการก่อสร้างท่าเทียบเรือและโป๊ะเทียบเรือโดยสารที่จะสร้างใหม่

3. พัฒนาปรับปรุงท่าเทียบเรือโดยสารสาธารณะที่มีอยู่ในปัจจุบันและในอนาคตให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกประจำท่าให้ครบถ้วนและมีความปลอดภัยเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

4. ตรวจสอบสภาพความมั่นคงแข็งแรงของท่าเทียบเรือและโป๊ะเทียบเรือเพื่อต่ออายุใบอนุญาต หรือระงับการใช้ท่าเทียบเรือหรือโป๊ะเทียบเรือ

5. ปรับปรุง และติดตั้งเครื่องหมายแสดงความปลอดภัยของโป๊ะเทียบเรือ เช่น เส้นแนวนำบรรทุกที่ปลอดภัย หรือเครื่องหมายอื่น ๆ ที่ผู้โดยสารเข้าใจได้ง่าย

6. ให้มีนายประจำท่าทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัย และความพร้อมของเรือที่เข้า-ออก พร้อมทั้งจัดทำบัญชีสินค้าและรายชื่อผู้โดยสาร

7. กำหนดวิธีปฏิบัติสำหรับนายประจำท่า

8. ให้ควบคุมจำนวนคนโดยสารที่ลงเรือตั้งแต่ท่าเรือต้นทางโดยบังคับให้นายท่าจัดทำบัญชีรายชื่อผู้โดยสารและที่อยู่ ตลอดจนบัญชีของสินค้าที่บรรทุกรวมทั้งชนิดของสินค้า และน้ำหนักโดยละเอียด

9. ให้จัดเจ้าหน้าที่ไปกำกับดูแลและตรวจสอบความปลอดภัยของเรือโดยสารทุกลำก่อนออกจากท่า

10. ให้ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ที่ท่าเทียบเรือโดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถรับรู้ข่าวอากาศและสภาพคลื่นลมในเส้นทางที่จะเดินทางไป โดยให้ท่าเรือโดยสารติดตั้งเครื่องมือสื่อสาร เครื่องแฟกซ์ข่าวอากาศ เพื่อรับฟังข่าวอากาศและรับแจ้งเหตุฉุกเฉินได้ตลอด 24 ชั่วโมง

11. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เอกชนเข้ามาลงทุนและประกอบกิจการท่าเรือโดยสารสาธารณะโดยให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกรมเจ้าท่า

12. จัดทำโครงการจัดหาเรือช่วยชีวิต ประจำท่าเรือโดยสาร

มาตรการที่ 3 ด้านคุณสมบัติของผู้ทำการในเรือและผู้ประกอบการ

1. กำหนดคุณสมบัติของผู้ทำการในเรือโดยสารแต่ละประเภท รวมทั้งกวดขันการออกประกาศนียบัตรของผู้ทำการในเรือโดยสาร

2. จัดทำทะเบียนประวัติผู้ทำการในเรือโดยสารอย่างเป็นระบบ เพื่อสะดวกในการติดตามหรือควบคุม

3. จัดให้มีการฝึกอบรมหลักสูตรเพิ่มเติมที่จำเป็นให้กับผู้ทำการในเรือโดยสาร

4. กำหนดให้ผู้ทำการในเรือโดยสารเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อฟื้นฟูความรู้ความสามารถ

เป็นประจำทุกปี รวมทั้งเมื่อมีการเปลี่ยนตัวผู้ทำการในเรือ

5. จัดการฝึกอบรมผู้ทำการในเรือโดยสารในส่วนภูมิภาค โดยร่วมกับผู้ประกอบการ
6. กวดขันการปฏิบัติหน้าที่และความประพฤติผู้ทำการในเรือโดยสารให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. การเดินเรือในน่านน้ำไทย
7. กำหนดให้ผู้ทำการในเรือโดยสารเอาใจใส่ดูแลและสวัสดิภาพความปลอดภัยของผู้โดยสาร
8. กวดขันเรื่องภารกิจของเสียหรือน้ำมันและการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งน้ำ สาธารณะ
9. กวดขันให้ผู้ประกอบการเดินเรือโดยสาร ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด
10. จัดให้มีเจ้าพนักงานตรวจท่าหรือเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่ได้รับมอบอำนาจไปกำกับดูแลท่าเรือโดยสารให้ ปฏิบัติตามระเบียบ โดยเคร่งครัด
11. จัดหน่วยเฉพาะกิจจากส่วนกลางออกไปตรวจสอบเรือโดยสาร ทำเทียบเรือโดยสาร และอุปกรณ์สำหรับความปลอดภัยในการจราจรทางน้ำ ในจังหวัดที่มีการเดินทางโดยเรือมาก ๆ
12. กวดขันการตรวจสอบการทำประกันภัยผู้โดยสารเรือรับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่จะออกจอดหรือต่อไปอนุญาตใช้เรือ
13. กำหนดเกณฑ์และมาตรฐานการดำเนินการของผู้ประกอบการเรือโดยสาร
14. ตรวจสอบการดำเนินการเดินเรือโดยสารของผู้ประกอบการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ได้รับ
15. สนับสนุนในการฝึกช่วยเหลือผู้ประสบภัยโดยหน่วยงานต่าง ๆ
16. ให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของภารกิจของเสียหรือน้ำมันและการรักษา สภาพแวดล้อมของแหล่งน้ำสาธารณะ

มาตรการที่ 4 ด้านความปลอดภัยของผู้โดยสาร

1. จัดทำเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตน เพื่อความปลอดภัยในการสัญจรทางน้ำรวมทั้งการช่วยเหลือตัวเองในยามฉุกเฉินและการรักษา สิ่งแวดล้อมทางน้ำ
2. จัดการสัมมนา บรรยาย ให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตนเพื่อความปลอดภัยในการสัญจรทางน้ำและผลกระทบต่อภารกิจของเสียหรือน้ำมันและการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งน้ำ สาธารณะแก่ประชาชนผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
3. จัดเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำการปฏิบัติตัวในการเดินทางทางเรือ

4. จัดตั้งกลุ่มอาสาสมัครเข้าร่วมในโครงการรณรงค์เพื่อความปลอดภัยทางน้ำ
5. จัดเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์รับแจ้งเหตุทางน้ำ
6. รณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเจ้าของกิจการเดินเรือ คนประจำเรือ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมูลนิธิเอกชนในกิจการเดินเรือ โดยสารหรือท่าเทียบเรือ

มาตรการที่ 5 ด้านการประชาสัมพันธ์

1. จัดสัมมนาเรื่องความปลอดภัยทางน้ำในจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวทางน้ำเป็นประจำ โดยให้หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนมีส่วนร่วมและติดตามผลที่ได้จากการจัดสัมมนาอย่างต่อเนื่อง
2. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่องความปลอดภัยทางน้ำ และการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำ ปีละ 2-3 ครั้ง เริ่มที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือจังหวัดชายทะเลอื่น ๆ จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ
3. สนับสนุนในการจัดฝึกซ้อมร่วมช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางน้ำ
4. รณรงค์แนะนำให้ความรู้แก่เยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนในเรื่องความปลอดภัยและการปฏิบัติตัวในขณะที่อยู่บนเรือการขึ้น-ลงเรือ การปฏิบัติเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางน้ำ รวมทั้งการรักษาสภาพแวดล้อมทางน้ำ
5. รณรงค์การอนุรักษ์ และรักษาสภาพแวดล้อมทางน้ำอย่างต่อเนื่อง
6. รณรงค์ให้ผู้ประกอบการหาผู้สนับสนุนจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายเตือนต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร

รูปแบบและลักษณะเรือเฟอร์รี่

เรือเฟอร์รี่ (Ferry/ Ferry boat) หมายถึง เรือที่นำมาใช้ขนส่งผู้โดยสาร สินค้า หรือ รถยนต์ข้ามฟาก เรือเฟอร์รี่ส่วนใหญ่ในโลกให้บริการขนส่งเที่ยวไปและกลับแบบประจำเส้นทาง และเน้นขนส่งผู้โดยสารเป็นหลัก แต่มีบางสายการเดินเรือที่ขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และรถยนต์ข้ามฟากด้วย กิจการเรือเฟอร์รี่ข้ามฟากเริ่มต้นให้บริการครั้งแรกในโลกที่ประเทศกรีซจนกระทั่งปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจนมีการให้บริการเดินเรือเฟอร์รี่อยู่ใน ภูมิภาคสำคัญทั่วโลก อาทิ ยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และเอเชีย

เรือเฟอร์รี่แบ่งได้หลายประเภท โดยประเภทเรือเฟอร์รี่ที่นิยมใช้ในนานาชาติ ประกอบด้วย

1. Passenger ferry เป็นเรือเฟอร์รี่ที่นำมาใช้ในการบรรทุกผู้โดยสารเพียงอย่างเดียว โดยบางประเทศเรียกว่า Water bus หรือ Water taxi หรือเรือเร็ว ซึ่งมีการให้บริการประจำเส้นทาง



ภาพที่ 2-1 Passenger ferry

2. Double ended ferry เป็นเรือเฟอร์รี่ที่นำมาใช้ในการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และ รถยนต์ ที่สามารถเคลื่อนที่ไปด้านหน้าและด้านหลังได้โดยไม่จำเป็นต้องกลับลำ รวมทั้งมีประตูเปิดให้สามารถขับรถยนต์ขึ้นไปได้ทั้งส่วนหัวและส่วนท้ายเรือเพื่อลดภาระในการหมุนกลับเรือ เพื่อนำเข้าเทียบท่า โดยเรือ Double ended ferry เป็นที่นิยมใช้ในยุโรป ออสเตรเลีย และแคนาดา โดยบริษัทสำคัญของโลกที่ใช้เรือ Double ended ferry ได้แก่ Stanten island ferry, Washington state ferries, Star ferry และ BC ferries



ภาพที่ 2-2 Double ended ferry

3. Hydrofoil เป็นเรือโดยสารความเร็วสูงเหมาะสำหรับใช้ขนส่งผู้โดยสารที่มีการนำปึกไปติดไว้ข้างเรือให้แลบน้ำ โดยเมื่อแล่นด้วยความเร็วสูงจะยกท้องเรือขึ้นเหนือพื้นน้ำและเมื่อลดความเร็วลงเมื่อใกล้ถึงท่าเรือปลายทางก็จะลดท้องเรือลงแตะพื้นน้ำ อย่างไรก็ตาม พบว่าปัจจุบัน Hydrofoil ไม่เป็นที่นิยมใช้ในตลาดเนื่องจากมีความอ่อนไหวต่อวัตถุที่อยู่เหนือผิวน้ำและสัตว์น้ำ ซึ่งเมื่อเรือปะทะกับวัตถุที่อยู่เหนือผิวน้ำจะทำให้ท้องเรือลดต่ำลงมาแตะพื้น อีกทั้งไม่สามารถแข่งขันกับเรือ Catamaran ซึ่งเป็นเรือเฟอรรี่รุ่นใหม่กว่าที่มีความเร็วมากกว่าและมีความทนต่อสภาพความแปรปรวนของอากาศและคลื่นลมได้อย่างไรก็ตาม ตลาดการขนส่งในเอเชีย เช่น ฮองกง จีน และรัสเซีย ยังคงเป็นตลาดหลักของการให้บริการด้วยเรือ Hydrofoil



ภาพที่ 2-3 Hydrofoil

4. Hovercraft เป็นเรือสะเทินน้ำสะเทินบกซึ่งที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้ครั้งแรกเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมาเพื่อใช้บรรทุกรถยนต์ข้ามระหว่างเกาะ อย่างไรก็ตาม เรือ Hovercraft ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากไม่สามารถแข่งกับเรือ Catamaran ได้



ภาพที่ 2-4 Hover craft

5. Ro pax ferry (Ro/ Ro and passenger ferry) เป็นเรือเฟอร์รี่ดั้งเดิมที่ใช้บรรทุกผู้โดยสารและรถยนต์ไปได้ในคราวเดียวกัน โดยปัจจุบันเรือ Ro pax ferry ได้มีการพัฒนาให้มีความเร็วในการเดินทางมากขึ้นเป็น Fast Ro pax ferry ที่มีความเร็วเฉลี่ยในการเดินทางเร็วเกินกว่า 25 ไมล์ทะเล (46 กิโลเมตร/ ชั่วโมง) โดยปัจจุบันได้เป็นที่นิยมใช้เรือ Fast Ro pax ferry ในการเดินทางระหว่างประเทศกรีซกับอิตาลี



ภาพที่ 2-5 Ro pax ferry

6. Cruise ferry เป็นเรือเฟอร์รี่ที่เป็นการผสมผสานลักษณะบางอย่างของเรือสำราญ (Cruise ship) ร่วมกับเรือเฟอร์รี่ที่ใช้ในการส่งรถยนต์และผู้โดยสาร (Ro-pax ferry) โดย Cruise ferry มักใช้ขนส่งผู้โดยสารเพื่อการท่องเที่ยว โดยเรือ Cruise ferry ของโลกส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่ที่

แถวบริเวณยุโรปเหนือ ทะเลบอลติก สแกนดิเนเวีย ไออร์แลนด์ ช่องแคบอังกฤษ เมดิเตอร์เรเนียน
ออสเตรเลีย และจีน



ภาพที่ 2-6 Cruise ferry

7. Catamaran เป็นเรือเฟอร์รี่ 2 ท้องซึ่งวิ่งในทะเลได้ด้วยความเร็วสูง นำมาใช้ในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า แต่มักใช้ในการขนส่งผู้โดยสารเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจุบัน Catamaran เป็นเรือเฟอร์รี่ที่นิยมใช้มากที่สุดในประเทศพัฒนาแล้ว (เรือ Catamaran ที่ใหญ่ที่สุดของโลกนำมาใช้ในการขนส่งระหว่างสหราชอาณาจักรกับสาธารณรัฐไออร์แลนด์บรรทุกผู้โดยสาร 1,500 คน และรถได้ 375 คัน)



ภาพที่ 2-7 Catamaran

การให้บริการเรือเฟอร์รี่ในประเทศไทย

กิจการเดินเรือเฟอร์รี่ของไทยเป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสามารถในการทำกำไรไม่มากส่วนใหญ่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร กิจการบางรายให้บริการขนส่งผู้โดยสารสินค้า และรถยนต์เชื่อมโยงระหว่างฝั่งกับเกาะฝั่งอ่าวไทย และฝั่งทะเลอันดามัน โดยผู้ประกอบการเดินเรือเฟอร์รี่ที่สำคัญในไทย ได้แก่

บริษัท ซีทรานเฟอร์รี่ จำกัด ให้บริการเดินเรือขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และรถยนต์ระหว่างฝั่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี (อ.ดอนสัก) กับเกาะสมุย (ใช้เวลาเดินเรือ 1 ชั่วโมง 30 นาที)

ซีทรานเฟอร์รี่ มีเรืออยู่ 6 ลำ วิ่งด้วยความเร็วตั้งแต่ 13-16 ไมล์ทะเล/ ชั่วโมง บรรทุกรถยนต์ได้คราวละ 40-60 คัน บริษัทฯ มีการให้บริการท่าเรือในบริเวณกว้าง 45 ไร่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทำเทียบเรือ เช่นอาคารที่พักผู้โดยสาร มินิมาร์ท ภัตตาคาร ท่าเรือซีทราน (อ.ดอนสัก) เริ่มเปิดให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่ 6.00 น.-19.00 น. และท่าเรือเทศบาลหน้าทอน (เกาะสมุย) เปิดให้บริการขนส่งแก่ลูกค้าตั้งแต่ 5.00 น.-18.00 น.



ภาพที่ 2-8 ซีทรานเฟอร์รี่

บริษัท บริหารสินทรัพย์ท่าเรือดอนสัก-สมุย จำกัด (มหาชน) ประกอบกิจการให้บริการเดินเรือข้ามฟากและท่าเรือเดินทะเลเพื่อการโดยสารและการขนส่ง (เดิมชื่อบริษัท สมุยเฟอร์รี่ จำกัด/ บริษัท ท่าเรือราชาเฟอร์รี่ จำกัด) ปัจจุบันบริษัทฯ มีท่าเรือของตนเอง 3 ท่า ได้แก่ ท่าเรือดอนสักสากล ท่าเรือสมุยสากล และท่าเรือพะงันสากล เปิดบริการทั่วไปเพื่อขนส่งสินค้าและพาณิชย์นาวีบริษัทฯ มีเรือเฟอร์รี่ให้บริการ 13 ลำให้บริการใน 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางดอนสัก-เกาะสมุย (ตลิ่งงาม) และเส้นทางดอนสัก-เกาะพะงัน (ห้องศาลา)



ภาพที่ 2-9 บริหารสินทรัพย์เฟอร์รี่

บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด ให้บริการเดินเรือขนส่งผู้โดยสารด้วยเรือ Catamaran ความเร็วสูงในเส้นทางบริเวณอ่าวไทยจากเกาะสมุยไปเกาะพะงัน เกาะเต่า เกาะนางยวน และท่าเรือชุมพร อีกทั้งให้บริการเชื่อมเส้นทางจากชุมพร ไปยังกรุงเทพฯ ทางบกด้วยบริการรถโดยสารพิเศษ ปัจจุบันบริษัท ฯ มีเรือCatamaran อยู่ 5 ลำ ซึ่งมีความเร็วสูงสุดในบรรดาเรือเฟอร์รี่ที่ให้บริการในอ่าวไทย โดยเรือ Catamaran ของบริษัทมีความยาว 29 เมตร สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้ไม่ต่ำกว่า 350 คนต่อเที่ยว บริษัท ซีทรานดิสคัฟเวอร์รี่ จำกัด ให้บริการเดินเรือโดยเรือเร็วขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัดชุมพรเชื่อมกับเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า โดยได้ผนวกบริการเดินรถจากกรุงเทพฯ ถึงชุมพร และจัดเส้นทางเดินเรือแวะรับส่งที่เกาะเต่า เกาะนางยวน หมู่เกาะอ่างทอง และเกาะพะงัน มีเรือเร็วอยู่ 5 ลำ บรรทุกผู้โดยสารได้คราวละ 280-350 คน เรือกินน้ำลึกประมาณ 2.8-3.5 เมตร



ภาพที่ 2-10 เรือเร็วลมพระยา เฟอร์รี่

บริษัท เฟอรรี่เกาะช้าง จำกัด อ่าวธรรมชาติ ให้บริการทำเรือเฟอรรี่เกาะช้าง และ ดำเนินการเดินเรือเฟอรรี่ประจำเส้นทางระหว่างเกาะช้างกับแหลมงอบ จ.ตราด ใช้เรือนำเข้าจาก ญี่ปุ่น บรรทุกผู้โดยสารได้คราวละ 300 คน และรถยนต์ 40 คันมีอาหารและน้ำดื่มให้บริการบนเรือ ใช้เวลาเดินเรือระหว่างฝั่งแหลมงอบกับเกาะช้างใช้เวลา 30 นาที ค่าบริการรถยนต์เที่ยวละ 120 บาท และผู้โดยสารเที่ยวละ 80 บาท



ภาพที่ 2-11 เกาะช้าง เฟอรรี่

บริษัท ไทยลิฟวิ่ง เฟอรรี่ จำกัด ให้บริการเรือข้ามฟากระหว่างพัตยากับหัวหิน โดยเรือ Catamaranความเร็วสูง เปิดให้บริการ 2 วัน/ สัปดาห์ ออกเดินทางจากพัตยาเวลา 8.30 น. ณ ท่าเรือ โอเชียนมารีน่าและออกเดินทางกลับจากหัวหิน (จ.ประจวบคีรีขันธ์) เวลา 12.30 น. ณ ท่าเรือปากน้ำ ปรานบุรีการเดินทางใช้เวลาประมาณ 3.5 ชั่วโมง โดยบริษัทฯ มีบริการรถรับส่งจากตัวเมืองไปยัง ท่าเรือโอเชียนมารีน่าและท่าเรือปากน้ำปรานบุรี (ท่าจอดเรือภัทรมารีน่า) โดยบริษัทฯ คิดอัตรา ค่าบริการสำหรับผู้ใหญ่กรณีเดินทางขาเดียว 1,500 บาท และเดินทางไป-กลับ 2,900 บาท อัตรา ค่าบริการสำหรับครอบครัวกรณีเดินทางขาเดียว 4,500 บาท และเดินทางไป-กลับ 8,700 บาท โดย พบว่า ผู้โดยสารที่มาใช้บริการจะเป็นชาวต่างชาติ ได้แก่ ยุโรป และปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมา ได้แก่

1. ผู้โดยสารที่สนใจเข้ามาใช้บริการมีน้อยโดยมีลูกค้าเพียงต่างชาติ
2. การเดินเรือข้ามระหว่างพัตยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่มีเกาะที่สวยงามที่ให้หยุดพักทำ กิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างเดินทาง
3. ไม่สามารถแข่งขันกับการขนส่งทางถนนได้ โดยเฉพาะด้านราคาค่าบริการ และมี

ความถี่การให้บริการมากกว่า

4. ปัญหาคลื่นลมพายุโดยเฉพาะทะเลฝั่งชะอำ/ หัวหิน จะมีคลื่นที่ใหญ่กว่าที่ฝั่งพัทยา
บริการเรือโดยสารให้บริการระหว่างพัทยากับเกาะล้าน

เมืองพัทยาได้จัดให้มีเรือโดยสารให้บริการเดินเรือประจำเส้นทางจากท่าเทียบเรือ
พัทยาใต้ (แหลมบาลีฮาย) ไปเกาะล้านเป็นประจำทุกวัน ซึ่งอยู่ห่างจากเมืองพัทยา 7 กิโลเมตร
ให้บริการทุกวัน ใช้เวลาเดินทาง 45 นาที นอกจากนี้ มีเรือเร็วบริเวณท่าเทียบเรือพัทยาใต้ (แหลม
บาลีฮาย) และชายหาดพัทยาให้บริการไปเกาะต่าง ๆ ในหมู่เกาะล้าน ใช้เวลาเพียง 15 นาที อัตรา
ค่าโดยสารราคา 30 บาท/หัว ออกจากพัทยาไปยังเกาะล้าน จ.ชลบุรี เป็นประจำในเวลาตั้งแต่
6.30-18.30 น. นอกจากนี้ยังมีเรือนำเที่ยวแบบไม่ประจำเส้นทาง (เรือเช่าเหมา) คิดอัตราเช่าเหมาเรือ
เร็วในอัตราประมาณ 1,500-3,500 บาท/ วัน



ภาพที่ 2-12 เรือโดยสารระหว่างพัทยากับเกาะล้าน

ท่าเรือบริเวณพัทยาคือใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน

1. ท่าเรือแหลมบาลีฮาย (พัทยา)

ท่าเรือแหลมบาลีฮายเป็นท่าเรือที่ใหญ่ที่สุดของเมืองพัทยา อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของเมืองพัทยา (ไม่ได้เป็นท่าเรือที่จดทะเบียนตาม ปว.58) ท่าเรือแหลมบาลีฮายมีลักษณะเป็นสะพานท่าเทียบเรือ (Pier) และเป็นศูนย์กลางขนส่งผู้โดยสารและสินค้า เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง ระหว่างฝั่งพัทยากับเกาะล้านและเกาะอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง เช่น เกาะครก และเกาะสาก ท่าเรือฯ สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 เป็นท่าเรือที่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาใช้บริการเนื่องจากอยู่ในบริเวณพัทยาใต้ ใกล้ Walking street มีสถานที่จอดรถรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวเกาะล้านแบบค้างคืนหรือแบบเข้าไปเย็นกลับ



ภาพที่ 2-13 ท่าเรือแหลมบาลีฮาย (พัทยา)

2. ท่าเรือแหลมฉบัง

ท่าเรือ A0 และ ท่าเรือ A1 ในโซนพื้นที่ของท่าเรือแหลมฉบัง การท่าเรือแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ห่างจากเมืองพัทยา 21 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางจากพัทยา 20 นาที เป็นท่าเทียบเรือที่กำหนดให้ใช้รองรับเรือโดยสารและเรือรถยนต์ (Ro/ Ro) โดยผู้ประกอบการท่าเรือ A0 และ A1 ที่ได้รับสัมปทานจากการท่าเรือแห่งประเทศไทย ได้แก่

2.1 ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ A0 ได้แก่ บริษัท แอล ซี เอ็ม ที จำกัด (LCMT) (เป็นท่าเรือที่จดทะเบียนตาม ปว.58) ให้บริการรับเรือโดยสารและเรือขนส่งรถยนต์ (Ro/ Ro) อายุสัญญาสัมปทาน 30 ปี ความยาวหน้าท่า 400 เมตร ความลึก 14 เมตรจากระดับทะเลปานกลาง

2.2 ผู้ประกอบการท่าเทียบเรือ A1 ได้แก่ บริษัท เอ็น วาย เค ออโต้ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) (ชื่อเดิม คือบริษัท แหลมฉบังครุฑเชนเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นท่าเรือที่จดทะเบียนตาม ปว.58) ให้บริการรับเรือโดยสารและเรือขนส่งรถยนต์ (Ro/ Ro) อายุสัญญาสัมปทาน 30 ปี ความยาวหน้าท่า 365 เมตร ความลึก 14 เมตรจากระดับทะเลปานกลาง สมรรถวิสัยในการรับเรือโดยสารขนาด 70,000 เดทเวทตัน และเรือขนส่งสินค้าทั่วไปประเภทรถยนต์ได้ 25,000 คัน/ปี โดยที่ผ่านมา ท่าเทียบเรือ A1 ใช้รองรับเรือสำราญของหลายบริษัท เช่น Star cruise, Royal caribbean cruise และ Norwegian cruise ซึ่งเดินทางมาจากสิงคโปร์ แล้วนำผู้โดยสารบนเรือมาท่องเที่ยวบนฝั่งย่านเมืองพัทยา



ภาพที่ 2-14 ท่าเรือแหลมฉบัง

3. ท่าจอดเรือโอเชียนมารีน่า

โอเชียนมารีน่า (Ocean Marina Yacht Club) (ไม่ได้เป็นท่าเรือที่จดทะเบียน ปว.58) ตั้งอยู่ที่ ต.จอมเทียน อำเภอสัตหีบ จ.ชลบุรี เป็นศูนย์รวมธุรกิจที่พักและบริการมารีน่าเรือยอร์ชที่ได้มาตรฐานสากล เป็นสถานที่จัดงานแข่งขันเรือใบนานาชาติ โอเชียนมารีน่าเป็นท่าจอดเรือของเอกชน ให้บริการจอดเรือยอร์ชและเรือเฟอร์รี่ขนาดเล็กที่ใช้บรรทุกผู้โดยสาร โดยเป็นท่าจอดเรือยอร์ชที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย สามารถจอดเรือยอร์ชที่มีขนาดความยาวตั้งแต่ 20 ฟุต ถึง 180 ฟุต รองรับเรือที่จอดในน้ำ (Berthing) ได้ 350 ลำ จอดบนบกได้อีก 50 ลำ ที่ผ่านมามีลูกค้าไทยและต่างประเทศสนใจเล่นเรือยอร์ชมากขึ้น (โดยท่าจอดเรือโอเชียนมารีน่าได้ใช้รองรับการเดินทางเรือเฟอร์รี่ของ Thai living ferry ที่เดินเรือระหว่างพัทยากับหัวหิน/ ปรานบุรี) ทำให้โอเชียนมารีน่าต้องลงทุนขยายท่าจอดเรือเพิ่มขึ้นเพื่อให้รองรับเรือที่จอดในน้ำได้เพิ่มอีก 101 ลำ



ภาพที่ 2-15 ท่าจอดเรือโอเชียนมารีน่า

ท่าเรือบริเวณชะอำที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน

1. ท่าเรือชลประทานซีเมนต์ (ชะอำ)

ท่าเรือชลประทานซีเมนต์ของบริษัทชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) โรงงานชะอำ ใช้ขนส่งปูนซีเมนต์และปูนขาวระหว่างเพชรบุรีกับท่าเรือในภาคใต้ ได้แก่นครศรีธรรมราช รวมทั้งนำวัตถุดิบจากท่าเรือนครหลวง จ.อยุธยา เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นปูนซีเมนต์ถุงสำเร็จและปูนซีเมนต์ผง จากนั้นจะขนส่งผลผลิตทางบกและทางน้ำไปยังจุดปลายทาง ท่าเรือชลประทานซีเมนต์สามารถรองรับเรือลำเลียงที่มีระยะกินน้ำลึก 4 เมตร อยู่ในพื้นที่โรงงานชลประทานซีเมนต์ สงบจากคลื่นลม อย่างไรก็ตาม การเดินทางเข้าออกของผู้โดยสารและสินค้าจะไม่ค่อยสะดวกเนื่องจาก

1.1 การเดินทางเข้าออกของเรือจะต้องผ่านสะพานปิด/เปิดซึ่งมีสภาพเป็นถนนสัญจรของผู้คนทั่วไปที่จะเดินทางระหว่างหาดชะอำกับหาดปึกเตียน/ หาดเจ้าสำราญตามแนวถนนคันกั้นน้ำเค็มของจังหวัดเพชรบุรี ทำให้เรือเสียเวลาในการเข้าร่องน้ำ

1.2 การเดินทางเข้าออกของรถมีสภาพถนนไม่ดีเป็นทางลูกรังเนื่องจากใช้บรรทุกสินค้าหนักตลอดจนพื้นที่ท่าเรือฯ เป็นพื้นที่ของเอกชน มิได้เปิดให้บริการแก่สาธารณชนทั่วไป ซึ่งมีการออกแบบท่าเรือมาเพื่อรองรับสินค้าและวัตถุดิบซีเมนต์ ไม่เหมาะสมต่อการนำมาพัฒนาเป็นท่าเรือรับผู้โดยสาร

2. บริเวณปากร่องทางเข้าท่าเรือชลประทานซีเมนต์

การพัฒนาบริเวณปากร่องเป็นที่จอดเรือเฟอร์รี่

2.1 พัฒนาเส้นทางถนนเข้าสู่ท่าเรือใหม่ เนื่องจากถนนที่เชื่อมโยงเข้าสู่บริเวณถนนคนเดินชมวิวและจุดที่อาจพิจารณาสร้างที่จอดเรือเฟอร์รี่ ยังเป็นถนนที่คับแคบมาก รถยนต์สวนทางกัน

2.2 สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนเพื่อให้การสนับสนุนโครงการพัฒนาท่าจอดเรือบริเวณปากร่องทางเข้าท่าเรือชลประทานซีเมนต์



ภาพที่ 2-16 ท่าเรือชลประทานซีเมนต์

ท่าเรือบริเวณหัวหินที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อปรับปรุงเป็นท่าเรือเพื่อรองรับเรือเฟอร์รี่ เส้นทาง พัทยา-ชะอำ-หัวหิน

1. ท่าจอดเรือภัทรมารีน่า (หัวหิน)

ท่าจอดเรือภัทรมารีน่าแอนดอร์ชคลับ ตั้งอยู่เลขที่ 5/2 หมู่ 1 ต.ปากน้ำปราณบุรี อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ ใช้เป็นที่จอดเรือสำราญกีฬา เช่น เรือใบ (Sailing boat) เรือเร็ว (Speed boat) และเรือยอร์ช (Yacht) โดยท่าจอดเรือภัทรมารีน่ามีบริการซ่อมเรือและคานยกเรือยอร์ช โดยที่ผ่านมามีเรือเฟอร์รี่ขนาดเล็กที่เคยมีการให้บริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างพัทย-หัวหิน ของ Thai living ferry เข้ามาใช้เทียบท่าขนส่งระหว่างพัทยา (ท่าจอดเรือโอเชียนมารีน่า) กับภัทรมารีน่า



ภาพที่ 2-17 ท่าจอดเรือภัทรมารีน่า

2. ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน

ท่าเรือประมงหัวหินตั้งอยู่เหนือสุดของถนนนเรศดำริห์ ต.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ อยู่ภายใต้การดูแลขององค์การสะพานปลาใช้รองรับเรือประมงเพื่อจอดและขนถ่ายสัตว์น้ำ แต่ในบางครั้งอนุญาตให้เรือประเภทอื่น เช่น เรือยกพลขึ้นบกของกองทัพเรือ เรือประมงดัดแปลงเพื่อการท่องเที่ยวมาจอดเทียบท่าเป็นครั้งคราว



ภาพที่ 2-18 ท่าเทียบเรือประมงหัวหิน

3. ท่าเทียบเรือประมงปราณบุรี

ท่าเรือประมงปราณบุรี อยู่ภายใต้การดูแลขององค์การสะพานปลาตั้งอยู่ที่ปลายถนน ซอย 5 ตำบลปากน้ำปราณ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ ใช้เป็นที่จอดเรือและลำเลียงขนถ่ายสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นการจัดสร้างตามข้อเรียกร้องของสมาคมประมงปราณและชาวประมงปากน้ำปราณ



ภาพที่ 2-19 ท่าเทียบเรือประมงปราณบุรี

4. หาดปึกเตียน

มีท่าเรือที่ยังก่อสร้างไม่เสร็จ (ท่าเรือร้าง) บริเวณบ้านโตนดน้อย ไม่ไกลจากหาดปึกเตียน อ.เมือง จ.เพชรบุรี (ซึ่งอยู่ติดกับตอนเหนือของชะอำ) เอกชนเคยมีการก่อสร้างไว้หลายปีที่ผ่านมา แต่ยังไม่เสร็จ โดยผู้วิจัยได้สอบถามเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรีทราบว่าเดิมเอกชนมี

ความต้องการพัฒนาท่าเรือขึ้นเพื่อรองรับเรือยอร์ชหรือเรือเฟอร์รี่เพื่อขนส่งผู้โดยสารระหว่างฝั่งภาคตะวันออก (พัทยา/ เกาะล้าน) กับภาคกลางตอนล่าง (หาดปึกเตียน/ ชะอำ)



ภาพที่ 2-20 หาดปึกเตียน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กณิงนิตย์ เมฆมติ (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือท่องเที่ยว ในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา. มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเรือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าเรือท่องเที่ยว 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าพบว่าส่วนใหญ่ รู้จักสถานที่ที่มีบริการเรือท่องเที่ยวจากญาติ/ เพื่อนแนะนำ มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยวคือพักผ่อน มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว 2 ครั้ง มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว วันเสาร์-อาทิตย์ และ ลูกค้ากลับมาเที่ยวอีก ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผน ด้านการจัดการเรือท่องเที่ยว และ ด้านควบคุม ส่วนด้านการแนะนำ/ จูงใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และ สถานภาพสมรส มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีอายุ ระดับ

การศึกษา อาชีพ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้ำที่มีการรู้จักสถานที่ให้บริการเรือท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว และ วันที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยว ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับความคิดเห็นของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กันกับระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อาริยา พนมไพร (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการจุดล่องเรือแม่น้ำโขง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาดำรงปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาใช้บริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) เป็นครั้งที่ 2 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวตลอดภาคฤดูร้อน (สปป.ลาว) ประมาณ 1.30 ชั่วโมง โดยมาใช้บริการกับครอบครัว/ญาติพี่น้องในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ พาหนะที่ใช้เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เรือที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรือหางยาว/เรือสองตอน (1-5 คน) และจะกลับมาใช้จุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง อีกในครั้งต่อไป 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวครั้งต่อไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และ โอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวครั้งต่อไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 7) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง

(ไทย-สปป.ลาว) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจุดบริการต่อเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

สุจิตรา มาอยู่ (2552) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวรวมถึงศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการเรือท่องเที่ยวในเขตแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการวัดคุณภาพของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาในด้านต่าง ๆ ยังไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้น หน่วยงานที่เข้ามาเกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงคุณภาพในด้านต่าง ๆ ของการให้บริการเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาให้มีมาตรฐานสูงขึ้น นอกจากจะเป็นการพัฒนาระบบคมนาคมทางเรือแล้วยังเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยามากขึ้น ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้บริการเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยามากที่สุดในด้านเส้นทางของเรือท่องเที่ยวที่เหมาะสม และเป็นเส้นทางที่น่าสนใจ และในอัตราค่าโดยสารของเรือท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยว รวมถึงความพึงพอใจอย่างมาก ในด้านเส้นทางท่องเที่ยวที่มีการพัฒนารูปแบบและเส้นทางใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จากผลการศึกษาคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทำให้มีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนั้นคือความมุ่งมั่นในด้านของการให้บริการโดยตรง รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงคุณภาพในด้านต่างๆของการให้บริการเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยาให้มีมาตรฐานสูงขึ้น และควรมีการพัฒนาในด้านเส้นทางเดินเรือในท่องเที่ยวใหม่ ๆ นอกจากจะเป็นการพัฒนาระบบคมนาคมทางเรือ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจแก่ผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาด้านภาษาของบุคลากรบนเรือ

การให้คำแนะนำเส้นทางเดินเรืออย่างถูกต้อง รวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีความพร้อม
ที่จะสร้างความเชื่อมั่นแล้วยังเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่เชื่อมเส้นทางทางขนส่งระหว่างพญา (จังหวัดชลบุรี)-ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี)-หัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดวิธีการดำเนินการศึกษาออกเป็น การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ลักษณะแบบสอบถาม ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวอินโดนีเซีย, ชาวสิงคโปร์, ชาวฟิลิปปินส์, ชาวมาเลเซียและคนไทยในการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่าง พญา-ชะอำ-หัวหิน สามารถสื่อสารด้วยการอ่าน การเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษได้ ซึ่งไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอนจึงได้ใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1977) ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% คำนวณค่าความคลาดเคลื่อน (e) ที่ 5% ซึ่งสามารถแสดงสูตร ได้ดังนี้

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

- โดยที่
- n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 - Z = ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95%
 - e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ ±5%

สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรดังกล่าว ได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเป็น 500 ชุด แบ่งเป็นชาวไทย 400 ชุด ชาวต่างชาติ 100 ชุด

2. ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้มีการลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ชาวอินโดนีเซีย ชาวสิงคโปร์ ชาวฟิลิปปินส์ และชาวมาเลเซีย

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (Proportion sampling) โดยจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ที่มีออกเป็น 3 พื้นที่ คือ

1. พื้นที่พัทยา 60%
2. พื้นที่ชะอำ 20%
3. พื้นที่หัวหิน 20%

การวิจัยครั้งนี้ต้องการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 คน โดยกำหนดสัดส่วนของแต่ละพื้นที่ได้ดังตารางแสดงจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ดังนี้

ตารางที่ 3-1 จำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา, ชะอำ, หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่

เขตพื้นที่	สัดส่วน	จำนวนแบบสอบถาม (ชุด)
พื้นที่พัทยา	60%	300
พื้นที่ชะอำ	20%	100
พื้นที่หัวหิน	20%	100

จากตารางแสดงจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา-ชะอำ-หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ข้างต้น สามารถสรุป

ได้ว่า จำนวนแบบสอบถามที่จะใช้ในการดำเนินการวิจัยในแต่ละพื้นที่เท่ากับ พื้นที่พัทยา 300 ชุด พื้นที่ชะอำ 100 ชุดและพื้นที่หัวหิน 100 ชุด

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) ในการเก็บข้อมูล ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา-ชะอำ-หัวหิน การใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ทั้งหมด 500 ชุด โดยผู้วิจัยจะมีคำถามคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสอบถามค้อยแจกแบบสอบถาม คือ

ท่านมีความสนใจที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ เมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน หรือไม่
..... 1. สนใจ2. ไม่สนใจ (ไม่แจกแบบสอบถาม)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้าการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่พัทยา, ชะอำ, หัวหิน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมโดยการสำรวจ (Survey) ด้วยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาพัทยา, ชะอำ, หัวหิน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาทั้งหมด 500 คน ผู้วิจัยคาดว่าจะใช้เวลาในการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนสมบูรณ์ระหว่างเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2559 ซึ่งการดำเนินการเก็บข้อมูลมีดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา, ชะอำ, หัวหิน สามารถสื่อสารด้วยการอ่าน การเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาทั้งหมด 500 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อให้การดำเนินการเก็บข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมข้อมูลทั้งจากเอกสารบทความหนังสืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทั่วไป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งหมด 500 ชุด ครบถ้วนแล้ว จึงทำการตรวจสอบข้อมูลของแบบสอบถามถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความครบถ้วน หากพบว่าแบบสอบถามชุดใดไม่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ และความครบถ้วน ตามแบบที่ผู้วิจัยต้องการ แบบสอบถามชุดนั้นก็จะเป็นไม่นำมาใช้ในการทำวิจัย และผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามจนครบ 500 ชุด ตามที่ได้กำหนดไว้ จากนั้น ผู้วิจัยจะทำการประมวลผล

ข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Level of significance)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาจากเอกสารบทความทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบว่าแบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่
3. ผู้วิจัยทำการแปลภาษาในแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ และทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามในการวิจัย
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างได้มาทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พร้อมทั้งพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความถูกต้องของการใช้สำนวนและภาษา ความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย และขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency หรือ IOC) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

ให้คะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญมีดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชนิ เมธิโยธิน
2. ดร.ภัทรี ปรีสัตถ
3. อ.กชพร นรมาศย์

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$IOC = \sum R/N$$

$$\sum R = \text{ผลรวมของคะแนนในการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ}$$

N = จำนวนผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 3 ท่าน มานำเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา โดยพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บรวบรวม มาทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis)
7. ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ
8. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวที่พัทยา, ชะอำ, หัวหิน และสามารถสื่อสารด้วยการอ่าน การเขียน และการสนทนาภาษาอังกฤษได้จำนวนทั้งหมด 500 คน

ลักษณะแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวที่พัทยา, ชะอำ, หัวหิน โดยเป็นคำถามชนิดปลายปิด และได้ทำการแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดหรือแบบเลือกตอบ (Check list) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทมาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's scale โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ของชาวต่างชาติและคนไทย มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's scale โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ของชาวต่างชาติและคนไทย มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's scale โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

แบบสอบถามส่วนที่ 2-4 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยมีกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	คิดเป็นระดับน้ำหนักความสำคัญเป็น 5 คะแนน
มาก	คิดเป็นระดับน้ำหนักความสำคัญเป็น 4 คะแนน
ปานกลาง	คิดเป็นระดับน้ำหนักความสำคัญเป็น 3 คะแนน
น้อย	คิดเป็นระดับน้ำหนักความสำคัญเป็น 2 คะแนน
น้อยที่สุด	คิดเป็นระดับน้ำหนักความสำคัญเป็น 1 คะแนน

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ ได้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5	ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มากที่สุด
ระดับ 4	ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มาก
ระดับ 3	ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง
ระดับ 2	ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง น้อย
ระดับ 1	ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยแต่ละคำถามจะต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1997)

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC Windows ในการหาความเชื่อมั่น เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ด้วยการใส่เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ได้นำเสนอไว้ คือ ค่าแอลฟา (α) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 3-2 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ข้อคำถาม	Cronbach ' s Alpha
การให้ความสำคัญต่อมาตรฐานเรือเฟอร์รี่	
สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต)	0.883
บุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงาน และเจ้าของเรือ)	0.920
คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	0.912
ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน	0.906
สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน)	0.888
มาตรการเกี่ยวกับเรือ	0.942
มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.833
มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม	0.883
ด้านประสมทางการตลาด	
1. การบริการ	0.932
2. ราคา	0.798
3. การจัดจำหน่าย	0.785
4. การส่งเสริมการขาย	0.934

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากทำการดำเนินการรวบรวมเก็บแบบสอบถามทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 500 ชุด และทำการจำแนกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือมีข้อผิดพลาดออก

2. คัดเลือกแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วนำมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS for window

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
3. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ ของชาวต่างชาติและคนไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวพญา, ชะอำ, หัวหิน สถิติที่ใช้หาคือการหา ค่าสถิติการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple regression analysis)

สมมติฐานที่ 1 ใช้ทดสอบสมมติฐานเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติ Independent sample t-test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้วิธี Least significant difference (LSD)

สมมติฐานที่ 2 และ 3 เป็นการทดสอบ วิเคราะห์โดยใช้สถิติความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Multiple regression analysis) ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน (Testing for autocorrelation) สามารถทำได้โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อนคือ ค่าสถิติ Durbin-Watson โดยพิจารณาว่าค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าระหว่าง 1.50-2.50 (อัจฉริยา ปราบอริพ่าย, 2547) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance มากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Menard, 1995) และพิจารณาจากค่า VIF (Variance inflation factor) ถ้าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Myers, 1995)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่องแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหิน โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 500 ชุด ได้รับการตอบกลับมา 500 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ถ้าพบว่าแบบสอบถามบางชุดมีความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบเพิ่มเติมจนสมบูรณ์ และในกรณีที่ได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยพบข้อบกพร่องในการตอบคำถาม ภายหลัง ผู้วิจัยจะคัดแบบสอบถามชุดนั้นออกไปและนำแบบสอบถามชุดใหม่ไปเก็บข้อมูลแทน หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางมาตรฐานเรื่องเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสมทางการตลาดเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมาย ดังต่อไปนี้

\bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

SD หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

t หมายถึง ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

F หมายถึง ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดและคนไทย

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดและคนไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พทย์	300	60.00
ชะอำ	100	20.00
หัวหิน	100	20.00
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 4-1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดและคนไทย พทย์จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดและคนไทยชะอำจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดและคนไทยหัวหินจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4-2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	264	52.80
หญิง	236	47.20
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 4-2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 และเป็นเพศหญิงจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20

ตารางที่ 4-3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20- 30 ปี	147	29.40
31- 40 ปี	153	30.60
41- 50 ปี	115	23.00
51-60 ปี	56	11.20
61 ปีขึ้นไป	29	5.80
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 4-3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 รองลงมาอายุ 31-40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา รองลงมาอายุ 51-60 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็น 11.20 และอายุ 61 ปีขึ้นไปจำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 5.80

ตารางที่ 4-4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	296	59.20
ปริญญาตรี	147	29.40
สูงกว่าปริญญาตรี	57	11.40
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 4-4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 น้อยที่สุด ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตารางที่ 4-5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	34	6.80
รับราชการ	34	6.80
พนักงานบริษัทเอกชน	243	48.60
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	7.80
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	37	7.40
อื่น ๆ ไปรตระนู.....	113	22.60
รวม	500	100.00

จากตารางที่ 4-5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 รองลงมาคือ ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และนักเรียน/ นักศึกษาน้อยที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80

ตารางที่ 4-6 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	63	12.60
10,000-20,000 บาท	236	47.20
20,001-30,000 บาท	98	19.60
30,001-40,000 บาท	49	9.80
40,001-50,000 บาท	31	6.20
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	23	4.60
รวม	500	100.00

*หมายเหตุ 1\$US เท่ากับ 35 บาท

จากตารางที่ 4-6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000-20,000 บาทจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 12.60 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 30,001-40,000 บาทจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 9.80 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 40,001-50,000 บาท จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 6.20 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 4.60

ตารางที่ 4-7 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเชื้อชาติ

เชื้อชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาวไทย	400	80.00
ชาวต่างชาติ	100	20.00
รวม	500	100.00

*หมายเหตุ ชาวต่างชาติ คือ ได้แก่ ชาวอิน โดนีเซีย, ชาวสิงคโปร์, ชาวฟิลิปปินส์, ชาวมาเลเซีย

จากตารางที่ 4-7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และ หัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์)

ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน (เบญจลักษณ์ มุสิกะชนะ, 2553) ดังนี้

ระดับมากที่สุด	คือ	ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00
ระดับมาก	คือ	ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50
ระดับปานกลาง	คือ	ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50
ระดับน้อย	คือ	ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50
ระดับน้อยที่สุด	คือ	ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50

ตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย แพทย์-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือ
เฟอร์รี่ด้านสภาพทางกายภาพ

สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือและอุปกรณ์ช่วยชีวิต)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. มีใบอนุญาตให้ใช้เรือ ที่ออก โดยกรมเจ้าท่า	316 63.20%	151 30.20%	28 5.60%	1 0.20%	4 0.80%	4.54	0.68	มากที่สุด	1
2. มีป้ายบอกชื่อหรือสัญลักษณ์ พร้อมเลขทะเบียน	273 54.60%	161 32.20%	50 10.00%	14 2.80%	2 0.40%	4.37	0.80	มาก	4
3. มีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสาร อย่างชัดเจน	264 52.80%	156 31.20%	52 10.40%	20 4.00%	8 1.60%	4.39	2.40	มาก	2
4. มีป้ายแนะนำการปฏิบัติตน ขณะโดยสารและเมื่อเกิด อุบัติเหตุ มีป้ายการใช้อุปกรณ์ ช่วยชีวิต	284 56.80%	139 27.80%	47 9.40%	12 2.40%	18 3.60%	4.31	0.99	มาก	7
5. มีพื้นที่เก็บสัมภาระผู้โดยสาร และอุปกรณ์ผูกมัดอย่างแน่น หนา	262 52.40%	148 29.60%	71 14.20%	13 2.60%	6 1.20%	4.29	0.89	มาก	9
6. มีห้องน้ำ-ห้องสุขาถูก สุขลักษณะ	263 52.60%	143 28.60%	65 13.00%	24 4.80%	5 1.00%	4.27	0.93	มาก	11
7. แสดงเครื่องหมายพื้นที่สูบบุหรี่	256 51.20%	145 29.00%	63 12.60%	27 5.40%	9 1.80%	4.22	0.99	มาก	10
8. มีอุปกรณ์สื่อสารอย่างมี ประสิทธิภาพ	282 56.40%	133 26.60%	56 11.20%	17 3.40%	12 2.40%	4.31	0.96	มาก	8
9. มีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่าง เหมาะสมและปลอดภัย	278 55.60%	130 26.00%	73 14.60%	15 3.00%	4 0.80%	4.36	1.188	มาก	5
10. มีพวงชูชีพและเสื้อชูชีพ อุปกรณ์ตามข้อบังคับ พร้อมใช้ งานทุกชิ้น	293 58.60%	129 25.80%	58 11.60%	18 3.60%	2 0.40%	4.38	0.85	มาก	3
11. มีน้ำยาดับเพลิงประจำเรือ อย่างมีประสิทธิภาพ	271 54.20%	125 25.00%	61 12.20%	27 5.40%	16 3.20%	4.33	0.87	มาก	6

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือและอุปกรณ์ช่วยชีวิต)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
12. มีอาสาสมัครประจำบ้านและ ชุดปฐมพยาบาลอย่างมีคุณภาพ	271 54.20%	125 25.00%	61 12.20%	27 5.40%	16 3.20%	4.21	1.06	มาก	12
รวม (n = 400)						4.33	1.05	มาก	

จากตารางที่ 4-8 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางทางขนส่งระหว่างพัทยา ชะอำ และหัวหินด้านสภาพทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.33$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 มีใบอนุญาตให้ใช้เรือ ที่ออกโดยกรมเจ้าท่ามีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) ลำดับที่ 2 มีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสารอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$) ลำดับที่ 3 มีวงชูชีพและเสื้อชูชีพ อุปกรณ์ตามข้อบังคับ พร้อมใช้งานทุกชิ้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ลำดับที่ 4 มีป้ายบอกชื่อหรือสัญลักษณ์พร้อมเลขทะเบียนมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) ลำดับที่ 5 มีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่างเหมาะสมและปลอดภัยค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) ลำดับที่ 6 มีน้ำยา
ดับเพลิงประจำเรืออย่างมีประสิทธิภาพค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับที่ 7 มีป้ายแนะนำ
การปฏิบัติตนขณะโดยสารและเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีป้ายการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิตค่าเฉลี่ยระดับมาก
($\bar{X} = 4.31$) ลำดับที่ 8 มีอุปกรณ์สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ลำดับที่
9 มีพื้นที่เก็บสัมภาระผู้โดยสารและอุปกรณ์ผูกมัดอย่างแน่นหนา ค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$)
ลำดับที่ 10 มีห้องน้ำ-ห้องสุขาถูกสุขลักษณะค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ลำดับที่ 11 แสดง
เครื่องหมายพื้นที่สูบบุหรี่ค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) ลำดับที่ 12 มีอาสาสมัครประจำบ้านและชุด
ปฐมพยาบาลอย่างมีคุณภาพค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$)

ตารางที่ 4-9 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือ
เฟอร์รี่ด้านบุคลากร

บุคลากร (คนขับ ช่างเครื่อง พนักงาน และเจ้าของเรือ)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ และมี ประกาศนียบัตรประเภทการ เดินเรือ พร้อมบัตรประจำตัวที่ หน่วยราชการออกให้	346 69.20%	119 23.80%	30 6.00%	4 0.80%	1 0.20%	4.61	0.65	มากที่สุด	1
2. มีความสามารถดูสภาพ กระแสน้ำ สภาพท้องน้ำ และ สถานที่เรือแล่นผ่าน ได้ดี	307 61.40%	116 23.20%	60 12.00%	14 2.80%	3 0.60%	4.42	0.85	มาก	3
3. ช่างเครื่องตรวจสอบสภาพตัวเรือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ก่อนเรือ ออกทุกครั้ง	276 55.20%	142 28.40%	53 10.60%	27 5.40%	2 0.40%	4.32	0.89	มาก	5
4. คนขับไม่ขับขีเรือด้วยความ ประมาท ไม่ดื่มสุรา เสพของ มึนเมา หรือสารเสพติดขณะ ควบคุมเรือ	293 58.60%	118 23.60%	48 9.60%	18 3.60%	23 4.60%	4.28	1.07	มาก	10
5. พนักงานมีการบันทึกจำนวน หรือรายชื่อผู้โดยสารให้ ครบถ้วนทุกครั้งก่อนออกเรือ และควบคุมไม่ให้ผู้โดยสารและ สัมภาระเกินที่กำหนด	265 53.00%	141 28.20%	70 14.00%	15 3.00%	9 1.80%	4.27	0.93	มาก	11
6. พนักงานมีการแนะนำตน และชี้แจงการปฏิบัติตนขณะ โดยสาร เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิต อย่างคร่าว ๆ แก่ผู้โดยสาร	263 52.60%	147 29.40%	64 12.80%	20 4.00%	6 1.20%	4.28	0.91	มาก	9

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

บุคลากร (คนขับ ช่างเครื่อง พนักงาน และเจ้าของเรือ)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ค่า ระดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
7. พนักงานสามารถว่ายน้ำได้ สามารถช่วยเหลือและปฐม พยาบาลผู้โดยสารได้	278	130	68	19	5	4.31	0.91	มาก	6
	55.60%	26.00%	13.60%	3.80%	1.00%				
8. มีช่างเครื่องประจำเรืออย่าง น้อย 1 คนมีความรู้ ความสามารถ และมีใบ ประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ และบัตรประจำตัวที่ออกโดย หน่วยราชการ	265	142	57	34	2	4.26	0.93	มาก	13
	53.00%	28.40%	11.40%	6.80%	0.40%				
9. มีเจ้าหน้าที่ คอยให้ความ ช่วยเหลือและรักษาความ ปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารหรือ บริเวณท่าเทียบเรือ 1 คน	278	134	62	20	6	4.31	0.92	มาก	7
	55.60%	26.80%	12.40%	4.00%	1.20%				
10. มีเอกสารการจดทะเบียนเรือ และ/ หรือใบอนุญาตใช้เรือ อย่างถูกต้อง และไม่หมดอายุ	277	129	67	24	3	4.30	0.91	มาก	8
	55.40%	25.80%	13.40%	4.80%	0.60%				
11. มีการตรวจสภาพเรือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ตาม ระยะเวลาที่กำหนด	304	105	60	27	4	4.43	2.04	มาก	2
	60.80%	21.00%	12.00%	5.40%	0.80%				
12. มีการส่งเสริมให้มีการ อบรม การปฏิบัติในกรณี ฉุกเฉินต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	290	107	67	22	14	4.27	1.03	มาก	12
	58.00%	21.40%	13.40%	4.40%	2.80%				
13. มีการทำประกันภัยสำหรับ ผู้โดยสาร ตามจำนวนที่อนุญาต ให้บรรทุกได้ โดยวงเงิน ประกันไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ. ประกันภัยบุคคลที่ 3	282	148	57	10	3	4.39	0.81	มาก	4
	56.40%	29.60%	11.40%	2.00%	0.60%				
รวม (n = 400)						4.34	0.98	มาก	

จากตารางที่ 4-9 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางทวนลำน้ำระหว่างพญาชะอำ และหัวหินด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ และมีประกาศนียบัตรประเภทการเดินเรือพร้อมบัตรประจำตัวที่หน่วยราชการออกให้ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.61$) ลำดับที่ 2 มีการตรวจสภาพเรือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ตามระยะเวลาที่กำหนดมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) ลำดับที่ 3 มีความสามารถดูสภาพกระแสน้ำ สภาพท้องน้ำ และสถานที่เรือแล่นผ่านได้ดีมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ลำดับที่ 4 มีการทำประกันภัยสำหรับผู้โดยสาร ตามจำนวนที่อนุญาตให้บรรทุกได้ โดยวงเงินประกันไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ.ประกันภัยบุคคลที่ 3 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) ลำดับที่ 5 ช่างเครื่องตรวจสภาพตัวเรือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ก่อนเรือออกทุกครั้งมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) ลำดับที่ 6 พนักงานสามารถว่ายน้ำได้ สามารถช่วยเหลือและปฐมพยาบาลผู้โดยสารได้มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ลำดับที่ 7 มีมีเจ้าหน้าที่ คอยให้ความช่วยเหลือและรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารหรือบริเวณท่าเทียบเรือ 1 คนมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ลำดับที่ 8 มีเอกสารการจดทะเบียนเรือ และ/หรือใบอนุญาตใช้เรืออย่างถูกต้อง และไม่หมดอายุมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) ลำดับที่ 9 พนักงานมีการแนะนำคน และชี้แจงการปฏิบัติตนขณะโดยสาร เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิตอย่างคร่าว ๆ แก่ผู้โดยสารมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) ลำดับที่ 10 คนขับไม่ขับขีเรือด้วยความประมาท ไม่ดื่มสุรา เสพของมีนเมาหรือสารเสพติดขณะควบคุมเรือมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) ลำดับที่ 11 พนักงานมีการบันทึกจำนวนหรือรายชื่อผู้โดยสารให้ครบถ้วนทุกครั้งก่อนออกเรือและควบคุมไม่ให้ผู้โดยสารและสัมภาระเกินที่กำหนดมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ลำดับที่ 12 มีการส่งเสริมให้มีการอบรมการปฏิบัติในกรณีฉุกเฉินต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ลำดับที่ 13 มีช่างเครื่องประจำเรืออย่างน้อย 1 คนมีความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ และบัตรประจำตัวที่ออกโดยหน่วยราชการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$)

ตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหิน
มาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

คุณภาพการให้บริการของ พนักงาน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ปฏิบัติตน สันทนาอย่าง สุภาพ และเป็นมิตรต่อ ผู้โดยสาร		168	59	13	3	4.38	0.79	มาก	1
	51.40%	33.60%	11.80%	2.60%	0.60%				
2. การแต่งกายสุภาพ สะอาด มี สัญลักษณ์แสดงความเป็น พนักงานประจำเรือ	231	171	68	24	6	4.20	0.94	มาก	5
	46.20%	34.20%	13.60%	4.80%	1.20%				
3. มีทัศนคติ และทักษะในการ ทำงานที่ดี สามารถรับผิดชอบ ในหน้าที่ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	249	170	51	22	8	4.21	1.03	มาก	3
	49.80%	34.00%	10.20%	4.40%	1.60%				
4. มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ เส้นทาง ของสถานที่นำเที่ยว ตามความเหมาะสมกับลักษณะ การประกอบการ	262	151	59	21	7	4.21	1.02	มาก	4
	52.40%	30.20%	11.80%	4.20%	1.40%				
5. สามารถสื่อสารได้ทั้ง ภาษาไทย และ ภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา ตามความเหมาะสมกับ ลักษณะการประกอบการ	243	152	75	26	4	4.32	0.89	มาก	2
	48.60%	30.40%	15.00%	5.20%	0.80%				
รวม (n = 400)						4.26	0.93	มาก	

จากตารางที่ 4-10 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางขบวนระหว่างพัทยา ชะอำ และหัวหินด้านคุณภาพการบริการของพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ปฏิบัติตน สันทนาอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสารมีค่าเฉลี่ยระดับมาก
($\bar{X} = 4.38$) ลำดับที่ 2 สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา ตาม
ความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) ลำดับที่ 3 มีทัศนคติ

และทักษะในการทำงานที่ดี สามารถรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยระดับ
มาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 4 มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ เส้นทาง ของสถานที่นำเที่ยว ตามความ
เหมาะสมกับลักษณะการประกอบการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 5 การแต่งกายสุภาพ
สะอาด มีสัญลักษณ์แสดงความเป็นพนักงานประจำเรือมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 4-11 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย แพทย์-ชะอำ-หัวหินมาตรฐาน
เรือเฟอร์รี่ด้านความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการและพนักงาน

ความเป็นธรรมในการให้บริการ ของผู้ประกอบการและ พนักงาน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายการ คมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด	281	139	59	19	2	4.35	0.86	มาก	1
2. ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด	269	138	52	34	7	4.25	0.98	มาก	2
3. ต้องรักษาคำมั่นสัญญาในการ ให้บริการ เช่น อัตราค่าบริการ การนัดหมาย	252	151	58	30	9	4.21	0.98	มาก	3
4. มีความยืดหยุ่นในการ ให้บริการในกรณีที่ผู้โดยสาร ร้องขอ และไม่ขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีงาม	249	143	72	32	4	4.20	0.96	มาก	4
รวม (n = 400)						4.25	0.94	มาก	

จากตารางที่ 4-11 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย แพทย์-
ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการและ
พนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่าง
เคร่งครัดมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ลำดับที่ 2 ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่าง
เคร่งครัดมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ลำดับที่ 3 ต้องรักษาคำมั่นสัญญาในการให้บริการ เช่น
อัตราค่าบริการ การนัดหมาย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 4 มีความยืดหยุ่น

ในการให้บริการในกรณีที่ถูกผู้โดยสารร้องขอ และไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงามมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านสิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการและพนักงาน)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ปฏิบัติตามที่กฎหมาย แรงงานกำหนด เรื่องค่าจ้าง และสวัสดิการ	275	152	64	6	3	4.38	0.79	มาก	1
	55.00%	30.40%	12.80%	1.20%	0.60%				
2. ควรไม่ใช่แรงงานเด็ก สตรี และต่างชาติอย่างผิดกฎหมาย	243	155	72	23	7	4.20	0.94	มาก	5
	48.60%	31.00%	14.40%	4.60%	1.40%				
3. ไม่สนับสนุนให้มีการขาย บริการทางเพศ เล่นการพนัน หรือกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรม อันดีงาม	266	130	62	30	12	4.21	1.03	มาก	3
	53.20%	26.00%	12.40%	6.00%	2.40%				
4. ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ทุกเชื้อชาติ ศาสนา	253	153	57	20	17	4.21	1.02	มาก	4
	50.60%	30.60%	11.40%	4.00%	3.40%				
5. ควรคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัยของคนพิการ คนชรา เด็ก และสตรีมีครรภ์	265	161	53	11	10	4.32	0.89	มาก	2
	53.00%	32.20%	10.60%	2.20%	2.00%				
รวม (n = 400)						4.26	0.93	มาก	

จากตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านสิทธิมนุษยชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ปฏิบัติตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด เรื่องค่าจ้าง และสวัสดิการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ลำดับที่ 2 ควรคำนึงถึงความสะดวกปลอดภัยของคนพิการ คนชรา เด็ก และสตรีมีครรภ์มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) ลำดับที่ 3 ไม่สนับสนุนให้มีการขายบริการทางเพศ เล่นการพนัน หรือกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงามมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 4

ให้บริการอย่างเท่าเทียมกันทุกเชื้อชาติ ศาสนามีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 5 ควรไม่ใช่แรงงานเด็ก สตรี และต่างชาติอย่างผิดกฎหมายมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านมาตรฐานเกี่ยวกับเรือ

มาตรการเกี่ยวกับเรือ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับความเห็น	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ช่วยกันลดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กระป๋อง โลหะ เป็นต้น	266 53.20%	146 29.20%	69 13.80%	15 3.00%	4 0.80%	4.31	0.87	มาก	1
2. มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และของเสีย ทั้งบนเรือและแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	270 54.00%	134 26.80%	66 13.20%	22 4.40%	8 1.60%	4.27	0.95	มาก	2
3. มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันจากเรือให้อยู่ในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อม	253 50.60%	140 28.00%	75 15.00%	25 5.00%	7 1.40%	4.21	0.96	มาก	4
4. มีการป้องกันเสียงดังรบกวนจากเครื่องยนต์ และกิจกรรมนันทนาการให้อยู่ในระดับที่ไม่รบกวนต่อสภาพแวดล้อม	253 50.60%	139 27.80%	70 14.00%	28 5.60%	10 2.00%	4.19	1.00	มาก	5
5. กรณีแล่นเรือในช่วงกลางคืน ไม่ใช่แสงสว่างในลักษณะที่รบกวนต่อสภาพแวดล้อม	250 50.00%	139 27.80%	80 16.00%	22 4.40%	9 1.80%	4.19	0.98	มาก	6
6. ระมัดระวังไม่ให้เกิดการทำลาย หรือรบกวนสัตว์น้ำ พืชพรรณ และทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แนวปะการัง ป่าชายเลน หินงอกหินย้อย เป็นต้น	271 54.20%	120 24.00%	81 16.20%	24 4.80%	4 0.80%	4.26	0.94	มาก	3

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

มาตรการเกี่ยวกับเรือ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ค่า ระดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
รวม (n = 400)						4.23	0.95	มาก	

จากตารางที่ 4-13 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านมาตรฐานเกี่ยวกับเรือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ช่วยกันลดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กระจังป้องกันโคลง เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ลำดับที่ 2 มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และของเสีย ทั้งบนเรือและแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ลำดับที่ 3 รมั้ดระวังไม่ให้เกิดการทำลาย หรือรบกวนสัตว์น้ำ พืชพรรณ และทรัพยากร ธรรมชาติอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แนวปะการัง ป่าชายเลน หินงอกหินย้อย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) ลำดับที่ 4 มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันจากเรือให้อยู่ในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) ลำดับที่ 5 มีการป้องกันเสียงดังรบกวนจากเครื่องยนต์ และกิจกรรมนันทนาการให้อยู่ในระดับที่ไม่รบกวนต่อสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ลำดับที่ 6 กรณีแล่นเรือในช่วงกลางคืนไม่ใช้แสงสว่างในลักษณะที่รบกวนต่อสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$)

ตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐาน
เรือเฟอร์รี่ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว

มาตรการเกี่ยวกับแผนและ กิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. จัดโปรแกรม และสถานที่ การนำเที่ยวให้สอดคล้องกับ ฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงฤดูการผสมพันธุ์ และ การวางไข่ของสัตว์	262	171	55	9	3	4.36	0.79	มาก	1
	52.40%	34.20%	11.00%	1.80%	0.60%				
2. จัดให้มีกิจกรรม การให้ ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับระบบนิเวศ ตามความ เหมาะสม กับลักษณะการ ประกอบการ เช่น เก็บขยะริม หาด ปลูกกล้าไม้ชายเลน เป็นต้น	219	182	76	21	2	4.19	0.87	มาก	2
	43.80%	36.40%	15.20%	4.20%	0.40%				
3. ไม่สนับสนุนให้มีการทำลาย ระบบนิเวศ เช่น เก็บเปลือกหอย ปะการัง หรือปลาสวยงาม เป็นต้น	244	148	66	35	7	4.17	0.99	มาก	3
	48.80%	29.60%	13.20%	7.00%	1.40%				
รวม (n = 400)						4.24	0.88	มาก	

จากตารางที่ 4-14 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 จัดโปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงฤดูการผสมพันธุ์ และการวางไข่ของสัตว์มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) ลำดับที่ 2 จัดให้มีกิจกรรม การให้ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศ ตามความเหมาะสม กับลักษณะการประกอบการ เช่น เก็บขยะริมหาด ปลูกกล้าไม้ชายเลน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

($\bar{X} = 4.19$) ลำดับที่ 3 ไม่สนับสนุนให้มีการทำลายระบบนิเวศ เช่น เก็บเปลือกหอย ปะการัง หรือ ปลาสวยงาม เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$)

ตารางที่ 4-15 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐาน เรือเฟอร์รี่ด้านกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน

มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. อนุรักษ์ และสนับสนุนสิ่งที่ดี งามของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม เป็นต้น	245 49.00%	158 31.60%	77 15.40%	14 2.80%	6 1.20%	4.24	0.89	มาก	1
2. สร้างความเข้าใจ และให้ ความร่วมมือกับชุมชน เช่น เข้า ร่วมกับองค์กรของพื้นที่ ที่เกี่ยวข้อง	247 49.40%	152 30.40%	65 13.00%	29 5.80%	7 1.40%	4.20	0.97	มาก	3
รวม (n = 400)						4.22	0.93	มาก	

จากตารางที่ 4-15 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมาตรฐานเรือเฟอร์รี่ด้านกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ

ลำดับที่ 1 อนุรักษ์ และสนับสนุนสิ่งที่ดีงามของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) ลำดับที่ 2 เสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การจัด อบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) ลำดับที่ 3 สร้างความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับชุมชน เช่น เข้าร่วมกับองค์กรของพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)

ตารางที่ 4-16 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเรือบริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทธา-
ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยว

ภาพรวม	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
1. สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต)	4.33	1.05	มาก	2
2. บุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงานและเจ้าของเรือ)	4.34	0.98	มาก	1
3. คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	4.25	0.90	มาก	4
4. ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการและ พนักงาน	4.25	0.94	มาก	5
5. สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน)	4.26	0.93	มาก	3
6. มาตรการเกี่ยวกับเรือ	4.23	0.95	มาก	7
7. มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.24	0.88	มาก	6
8. มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน	4.22	0.93	มาก	8
ภาพรวม	4.26	0.94	มาก	

จากตารางที่ 4-16 พบว่า มาตรฐานเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทธา-ชะอำ-หัวหินของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X} =$
4.26)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับ 1 คือบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงานและเจ้าของ
เรือ) มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) ลำดับ 2 คือ สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์
ช่วยชีวิต) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับ 3 คือ สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ,
พนักงาน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) ลำดับ 4 คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ลำดับ 5 คือ ความเป็นธรรมในให้บริการของ ผู้ประกอบการ
และพนักงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) ลำดับ 6 คือ มาตรการเกี่ยวกับแผนและ
กิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) ลำดับ 7 คือ มาตรการเกี่ยวกับเรือมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) และลำดับ 8 คือ มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับ
สังคมและชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนประสมทางการตลาด
ในการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ
(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์)

ตารางที่ 4-17 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านการ
บริการ

การบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ความปลอดภัย	331 66.20%	120 24.00%	43 8.60%	4 0.80%	2 0.40%	4.54	0.71	มาก	1
2. กำหนดเวลาที่แน่นอน	251 50.20%	159 31.80%	73 14.60%	13 2.60%	4 0.80%	4.28	0.86	มาก	4
3. ความสะดวกสบายในการ เดินทาง	262 52.40%	144 28.80%	54 10.80%	31 6.20%	9 1.80%	4.23	0.99	มาก	6
4. ความสะอาดบริเวณท่าเรือ และในเรือ	256 51.20%	152 30.40%	51 10.20%	25 5.00%	16 3.20%	4.21	1.02	มาก	7
5. เรือให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้ งาน	292 58.40%	121 24.20%	63 12.60%	13 2.60%	11 2.20%	4.34	0.95	มาก	3
6. คนขับเรือและพนักงานต้อง ปฏิบัติด้วยความมีระเบียบและ เคร่งครัดต่อหน้าที่รับผิดชอบ	302 60.40%	123 24.60%	51 10.20%	18 3.60%	6 1.20%	4.39	0.89	มาก	2
7. การบริการขนส่งสิ่งของ และ ยานพาหนะ	260 52.00%	134 26.80%	78 15.60%	24 4.80%	4 0.80%	4.24	0.93	มาก	5
รวม (n = 400)						4.31	0.90	มาก	

จากตารางที่ 4-17 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-
ชะอำ-หัวหินด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ
ลำดับที่ 1 ความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) ลำดับที่ 2 คนขับเรือและ
พนักงานต้องปฏิบัติด้วยความมีระเบียบและเคร่งครัดต่อหน้าที่รับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} =$
4.39) ลำดับที่ 3 เรือให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) ลำดับที่ 4

กำหนดเวลาที่แน่นอนมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) ลำดับที่ 5 การบริการขนส่งสิ่งของ และ ยานพาหนะค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) ลำดับที่ 6 ความสะดวกสบายในการเดินทางมีค่าเฉลี่ย ระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) ลำดับที่ 7 ความสะอาดบริเวณท่าเรือและในเรือมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$)

ตารางที่ 4-18 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านราคา

ราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ค่าใช้จ่ายเดินทางจนถึง จุดหมาย	242 48.40%	151 30.20%	83 16.60%	15 3.00%	9 4.80%	4.20	0.94	มาก	1
2. ความเหมาะสมของราคา	244 48.80%	153 30.60%	66 13.20%	28 5.60%	9 1.80%	4.19	0.98	มาก	2
รวม (n = 400)						4.19	0.96	มาก	

จากตารางที่ 4-18 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านราคามีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายเดินทางจนถึงจุดหมายมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) ลำดับที่ 2 ความเหมาะสมของราคามีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$)

ตารางที่ 4-19 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านการจัด
จำหน่าย

การจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. เคน์เตอร์บริเวณท่าเรือ	231 46.20%	172 34.40%	81 16.20%	14 2.80%	2 0.40%	4.28	1.54	มาก	1
2. เคน์เตอร์เซอร์วิส	217 43.40%	167 33.40%	82 16.40%	27 5.40%	7 1.40%	4.12	0.96	มาก	4
3. แอปพลิเคชันบนมือถือ	230 46.00%	156 31.20%	83 16.60%	22 4.40%	9 1.80%	4.15	0.97	มาก	2
4. เว็บไซต์บนมือถือ	220 44.00%	176 35.20%	77 15.40%	15 3.00%	12 2.40%	4.15	0.95	มาก	3
รวม (n = 400)						4.17	1.10	มาก	

จากตารางที่ 4-19 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับ
ดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 เคน์เตอร์บริเวณท่าเรือมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) ลำดับที่ 2
แอปพลิเคชันบนมือถือมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) ลำดับที่ 3 เว็บไซต์บนมือถือมีค่าเฉลี่ย
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) ลำดับที่ 4 เคน์เตอร์เซอร์วิสมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$)

ตารางที่ 4-20 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหิน
ด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับ ความเห็น	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อวิทยุ	219	165	97	13	6	4.15	0.90	มาก	2
	43.80%	33.00%	19.40%	2.60%	1.20%				
2. สื่อรายการโทรทัศน์, เคเบิล ท้องถิ่น	209	172	82	26	11	4.08	0.99	มาก	6
	41.80%	34.40%	16.40%	5.20%	2.00%				
โปรแกรมวันจันทร์-วันศุกร์									
3. ปรับลดราคาตั๋วเรือ	227	150	87	22	14	4.10	1.02	มาก	4
	45.40%	30.00%	17.40%	4.40%	2.80%				
4. ตั๋วเรือ 10 ใบ แกรมฟรี 1 ใบ	229	143	92	22	14	4.10	1.03	มาก	5
	45.80%	28.60%	18.40%	4.40%	2.80%				
โปรแกรมวันเสาร์-วันอาทิตย์-วันนักขัตฤกษ์									
5. ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม	235	159	79	20	7	4.19	0.93	มาก	1
	47.00%	31.80%	15.80%	4.00%	1.40%				
6. ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่า กิจกรรมทางทะเลดำน้ำ-ชม ปะการัง	233	153	70	34	10	4.13	1.02	มาก	3
	46.60%	30.60%	14.00%	6.80%	2.00%				
7. ลดพิเศษเฉพาะคู่รักวันวาเลน ไทน์เท่านั้น	204	142	83	38	33	3.98	1.20	มาก	7
	40.80%	28.40%	16.60%	7.60%	6.60%				
รวม (n = 400)						4.10	1.01	มาก	

จากตารางที่ 4-20 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินด้านส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ลำดับที่ 2 สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อวิทยุมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) ลำดับที่ 3 ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่ากิจกรรมทางทะเลดำน้ำ-ชมปะการัง มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ลำดับที่ 4 โปรแกรมวันจันทร์-วันศุกร์มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ลำดับที่ 5 ซื้อตั๋วเรือ 10 ใบ แกรมฟรี

1 ใบมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ลำดับที่ 6 สื่อรายการโทรทัศน์, เคมิตท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ลำดับที่ 7 ลคพิเศษเฉพาะคู่รักวันวาเลนไทน์เท่านั้นมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)

ตารางที่ 4-21 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนส่วนประสมทางการตลาดของการบริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา ชะอำ และหัวหิน

ภาพรวม	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
1. ด้านการบริการ	4.31	0.90	มาก	1
2. ด้านราคา	4.19	0.96	มาก	2
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.17	1.10	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.10	0.99	มาก	4
ภาพรวม	4.19	0.98	มาก	

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับ 1 คือ ด้านการบริการมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ลำดับ 2 คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ลำดับ 3 คือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และลำดับ 4 คือ ด้านการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์)

ตารางที่ 4-22 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะใช้บริการเรือเฟอร์รี่

แนวโน้มความต้องการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	ระดับความเห็น	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ท่านมีความต้องการที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ พัทยา-ชะอำ-หัวหิน หรือไม่	187	148	137	16	12	3.96	0.99	มาก	1
	37.40%	29.60%	27.40%	3.20%	2.40%				
รวม (n = 400)						3.96	0.99	มาก	

จากตารางที่ 4-22 แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พัทยา-ชะอำ-หัวหินมีแนวโน้มความต้องการมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้คือ

ลำดับที่ 1 ท่านมีความต้องการที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ พัทยา-ชะอำ-หัวหิน หรือไม่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย	เพศ	n	\bar{X}	SD	t	p-value
1. เพศ	ชาย	264	4.01	0.99	0.940	0.089
	หญิง	236	3.90	0.99		
รวม (n=400)		500	3.98	0.99		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-23 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.066 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย	n	\bar{x}	SD	F	P-value
1. อายุ					
20-30 ปี	147	4.04	0.87	1.12	0.350
31-40 ปี	153	3.97	0.94		
41-50 ปี	115	3.96	1.13		
51-60 ปี	56	3.71	0.88		
61 ปี ขึ้นไป	29	4.00	0.99		
รวม (n = 400)	500	3.93	1.20		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-24 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.118 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ
แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของ
ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย		n	\bar{x}	SD	F	P-value
1. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	296	3.96	1.02	0.175	0.839
	ปริญญาตรี	147	3.98	0.95		
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	3.89	0.93		
รวม (n = 400)		500	3.94	0.97		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-25 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.630 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ชาวต่างชาติและคนไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ต่างกัน

ตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อ
แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของ
ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย		n	\bar{x}	SD	F	P-value
1. อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	34	4.00	0.77	0.241	0.944
	รับราชการ	34	3.79	0.84		
	พนักงานบริษัทเอกชน	243	3.98	1.02		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	3.97	1.13		
	ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	113	3.97	1.01		
	อื่น ๆ	37	3.91	0.98		
รวม (n = 400)		500	3.96	0.99		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-26 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.921 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย	n	\bar{x}	SD	F	P-value
1. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่า 10,000 บาท	63	4.12	0.85	0.715	0.612
10,000-20,000 บาท	236	3.91	1.03		
20,001-30,000 บาท	98	3.92	1.04		
30,001-40,000 บาท	49	4.00	0.86		
40,001-50,000 บาท	31	3.93	1.03		
มากกว่า 50,001บาท	23	4.17	0.93		
รวม (n=400)	500	3.96	0.99		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-27 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ One way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.492 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีเชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีเชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีเชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-28 การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเชื้อชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย		n	\bar{X}	SD	F	P-value
1. เชื้อชาติ	ชาวไทย	388	3.99	0.96	0.435*	0.037
	ชาวต่างชาติ	112	3.85	1.09		
รวม (n=400)		500	3.99	1.02		

*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4-28 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเชื้อชาติโดยใช้สถิติ One way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือสามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการด้านสภาพทางกายภาพ (ตัวเรือและอุปกรณ์ช่วยชีวิต) การให้บริการด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงานและเจ้าของเรือ) การให้บริการด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน การให้บริการด้านความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการและพนักงานการให้บริการด้านสิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการและพนักงาน) การให้บริการด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ การให้บริการด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

H_0 : ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

H_1 : ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

ตารางที่ 4-29 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของ
มาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่
ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Tolerance	VIF
	Coefficients		Coefficients				
	B	Std. Error	Beta				
Constant	1.780	0.259		6.884	0.000		
ด้านบุคลากร	0.134	0.129	0.100	1.041	0.298	0.181	5.537
ด้านคุณภาพการให้บริการของ พนักงาน	-0.235	0.121	-0.184	-1.946	0.052	0.186	5.366
ด้านความเป็นธรรมในการ ให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน	0.013	0.108	0.011	0.121	0.094	0.201	4.976
ด้านสิทธิมนุษยชน	0.064	0.108	0.051	0.595	0.552	0.231	4.320
ด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ	0.044	0.113	0.037	0.390	0.697	0.181	5.512
ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและ กิจกรรมการท่องเที่ยว	0.014	0.110	0.011	0.125	0.901	0.230	4.350
ด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม ที่สอดคล้องกับสังคมและ ชุมชน	0.431	0.094	0.366	4.575	0.000**	0.261	3.835
R	0.423						
R Square	0.179						
Adjusted R Square	0.166						
F-ratio	13.376 (0.000**)						
Durbin-Watson	2.097						

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01

จากตารางที่ 4-29 เมื่อทดสอบแล้วความสัมพันธ์ของมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพล
ต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติและคนไทยไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่า
ระหว่าง 0.181-0.261 ซึ่งมากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระ

ไม่มีความสัมพันธ์กันจึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “มาตรฐานการให้บริการ” และตัวแปรตาม “แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่” ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.423 พบว่าตัวแปรมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยมีความสัมพันธ์กัน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R Square) เท่ากับ 0.179 พบว่า การเปลี่ยนแปลงของ “แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่” ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการให้บริการร้อยละ 17.9 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.166 ทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 2.097 ค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น ปัจจัยด้านมาตรฐานการให้บริการอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ได้

สามารถแสดงสมการทำนายมาตรฐานการให้บริการที่ส่งผลแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 1.780 + 0.047X_1 + 0.134X_2 - 0.235X_3 + 0.013X_4 + 0.064X_5 + 0.044X_6 + 0.014X_7 + 0.431X_8^{**}$$

$$\text{Standardized } \hat{Y} = 0.035X_1 + 0.100X_2 - 0.184X_3 + 0.011X_4 + 0.051X_5 + 0.037X_6 + 0.011X_7 + 0.366X_8^{**}$$

เมื่อ \hat{Y} = แนวโน้มความต้องการ

X_1 = ด้านสภาพทางกายภาพ

X_2 = ด้านบุคลากร

X_3 = ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

X_4 = ด้านความเป็นธรรมในการให้บริการของผู้ประกอบการและพนักงาน

X_5 = ด้านสิทธิมนุษยชน

X_6 = ด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ

X_7 = ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว

X_8 = ด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

H₀: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

H₁: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

ตารางที่ 4-30 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Tolerance	VIF
	Coefficients		Coefficients				
	B	Std. Error	Beta				
Constant	1.704	0.227		7.496	0.000		
ด้านการบริการ	-0.125	0.096	-0.097	-1.301	0.194	0.280	3.567
ด้านราคา	0.116	0.073	0.103	1.587	0.113	0.372	2.690
ด้านการจัดจำหน่าย	0.033	0.074	0.029	0.446	0.656	0.362	2.763
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.531	0.088	0.450	6.008	0.000**	0.278	3.598
R	0.477						
R Square	0.227						
Adjusted R Square	0.221						
F-ratio	36.426 (0.000**)						
Durbin-Watson	1.949						

ตัวแปรตาม คือ แนวโน้มความต้องการ

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01

จากตารางที่ 4-30 เมื่อทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่าระหว่าง 0.278-0.372 ซึ่งมากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด” และตัวแปรตาม “แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่” ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.477

พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยมีความสัมพันธ์กัน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R Square) เท่ากับ 0.227 พบว่า การเปลี่ยนแปลงของ “แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่” ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการให้บริการร้อยละ 22.7 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.221 ทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.949 ค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ได้

สามารถแสดงสมการทำนายสามารถแสดงสมการทำนายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 1.704 - 0.125X_1 + 0.116X_2 + 0.033X_3 + 0.531X_4^{**}$$

$$\text{Standardized } \hat{Y} = -0.096X_1 + 0.103X_2 + 0.029X_3 + 0.450X_4^{**}$$

เมื่อ \hat{Y} = แนวโน้มความต้องการ

X_1 = ด้านการบริการ

X_2 = ด้านราคา

X_3 = ด้านการจัดจำหน่าย

X_4 = ด้านการส่งเสริมการขาย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่มีผลต่อความสำคัญต่อมาตรฐานเรือในการให้บริการของเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน

2. เพื่อศึกษาความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

โดยเป็นการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยให้ กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยบริเวณพัทยา-ชะอำ-หัวหิน จำนวน 500 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือระหว่างเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2559

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยในการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและเชื้อชาติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 โดยส่วนใหญ่ศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวบริเวณพัทยา จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 นักท่องเที่ยวบริเวณชะอำ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และนักท่องเที่ยวบริเวณหัวหิน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติและคนไทยที่มีผลต่อความสำคัญต่อมาตรฐานเรือในการให้บริการของเรือเฟอร์รี่
- ด้านสภาพทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า
ลำดับที่ 1 มีใบอนุญาตให้ใช้เรือ ที่ออกโดยกรมเจ้าท่ามีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$)
- ด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงาน และเจ้าของเรือ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ
และมีประกาศนียบัตรประเภทการเดินเรือ พร้อมบัตรประจำตัวที่หน่วยราชการออกให้ มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$)
- สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า มีใบอนุญาตให้ใช้เรือที่ออก โดยกรมเจ้าท่า
เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$)
- สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ย
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ปฏิบัติตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด เรื่องค่าจ้าง
และสวัสดิการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$)
- คุณภาพการให้บริการของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก
($\bar{X} = 4.26$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ปฏิบัติตน สันทนอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$)
- ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 4
มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และ
กฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$)
- มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 5 มีค่าเฉลี่ย
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า จัด โปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้
สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงเหตุการณ์ผสมพันธุ์ และการวางไข่ของสัตว์ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$)
- มาตรการเกี่ยวกับเรือ ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 6 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อ
แยกเป็นรายข้อพบว่า ช่วยกันลดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก
กระป๋อง โลหะ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$)
- มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 7 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$)
เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า อนุรักษ์ และสนับสนุนสิ่งที่ดีงามของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม
หัตถกรรม เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยในการใช้บริการของเรือเฟอร์รี่

ด้านการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$)

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยระดับคะแนนมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ค่าใช้จ่ายเดินทางจนถึงจุดหมาย มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$)

ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยระดับคะแนนมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า เคนเตอร์บริเวณท่าเรือมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.17$)

ด้านการส่งเสริมการขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับคะแนนมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ชื่อตัวเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและเชื้อชาติแตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามเพศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่เพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่อายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่อายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่อาศัยแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน แตกต่างกัน โดยคนไทยมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการสูงกว่าคนต่างชาติ

สมมติฐานที่ 2 ความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการ ได้แก่ ด้านสภาพทางกายภาพ(ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต) ด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงานและเจ้าของเรือ) ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน ด้านสิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน) ด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน และด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ใน เส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีผลต่อความสำคัญต่อมาตรฐานเรือในการให้บริการของเรือเฟอร์รี่ พบว่า ภาพรวมทั้ง 8 มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีมาตรฐานเรือด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงาน และเจ้าของเรือ) ลำดับที่ 1 โดยมีด้านสภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต) เป็นอันดับที่ 2 ด้านสิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน) เป็นอันดับที่ 3 ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เป็นอันดับที่ 4 ด้านความเป็นธรรมในให้บริการของ ผู้ประกอบการและพนักงาน เป็นอันดับที่ 5 ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นอันดับที่ 6 พบว่า ด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ เป็นอันดับที่ 7 และด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม เป็นอันดับที่ 8 ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานเรื่อนำเที่ยว (กรมท่องเที่ยว, 2554) ที่ระบุว่า เรื่อนำเที่ยวที่มีมาตรฐานควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงาน และเจ้าของเรือ) คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ และมีประกาศนียบัตรประเภทการเดินเรือ พร้อมบัตรประจำตัวที่หน่วยราชการออกให้ ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อยกเว้น และกฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด มีมาตรการเกี่ยวกับเรือคุณภาพการให้บริการของพนักงาน สนทนาอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร มีมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว จัดโปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงฤดูกาลผสมพันธุ์ และการวางไข่ของสัตว์ มีมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม สนับสนุนสิ่งที่ดีงามของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม ทัศนกรรม และมีสภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต) มีใบอนุญาตให้ใช้เรือที่ออกโดยกรมเจ้าท่า

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่ส่งผลการให้บริการของเรือเฟอร์รี่ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้ คือ ลำดับที่ 1 ด้านการบริการ ลำดับที่ 2 ด้านราคา ลำดับที่ 3 ด้านการจัดจำหน่าย และลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เป็นส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ และนักวิชาการส่วนใหญ่ก็มักใช้ 4P's ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ ด้านราคา ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวก็เป็นได้

ผลการทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยที่มีผลต่อความสำคัญต่อมาตรฐานเรือในการให้บริการของเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและเชื้อชาติแตกต่างกันมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลักในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหิน ไม่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาด้านเชื้อชาติ พบว่า คนไทยมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่สูงกว่าชาวต่างชาติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลในภาพรวมของทั้งคนไทยและต่างชาติสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฐิติพรรณ ศิริตระกูลวงศ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก พบว่า การศึกษาและรายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสำคัญต่อมาตรฐานการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพัทยา-ชะอำ-หัวหินของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า มาตรฐานเรือด้านสภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต) ด้านบุคลากร (คนขับ, ช่างเครื่อง, พนักงาน และเจ้าของเรือ) ด้านความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน ด้านสิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน) ด้านมาตรการเกี่ยวกับเรือ ด้านมาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในขณะที่ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานและด้านด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมสังคมและชุมชน มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะนักท่องเที่ยวคาดหวังในการบริการของพนักงานที่จะปฏิบัติตนอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่เส้นทางของสถานที่ที่น่าเที่ยว ตามความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ มีทัศนคติและทักษะในการทำงานที่ดี สามารถรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมจากชุมชนมีความสำคัญ การสนับสนุน

สิ่งที่ดึงดูดใจของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม เสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การจัด อบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับชุมชน เช่น เข้าร่วมกับองค์กรของพื้นที่ เป็นสิ่งสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว งานวิจัยสอดคล้องกับ คณิงนิตย์ เมฆดี (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือท่องเที่ยว ในเขตเกาะเมือง ผลงานวิจัยพบว่า การที่ลูกค้ากลับมาเที่ยวอีกเพราะลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผน ด้านการจัดการเรือท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริยา พนมไพร (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย-สปป.ลาว) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกับแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหิน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความต้องการใช้บริการเฟอร์รี่ในเส้นทางระหว่างพญา-ชะอำ-หัวหิน โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับการซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและเครื่องดื่มมีสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ การซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่ากิจกรรมทางทะเลดำน้ำ-ชมปะการัง การมีโปรโมชั่นวันจันทร์ - วันศุกร์มีการซื้อตั๋วเรือ 10 ใบ แลมฟรี 1 ใบ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณิงนิตย์ เมฆดี (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือท่องเที่ยว ในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะด้านมาตรฐานเรือนำเที่ยว มีดังนี้

1.1 ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

1.1.1 ควรอบรมให้พนักงานเห็นความสำคัญกับการปฏิบัติตน สนทนาอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร

1.1.2 อบรมพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 1 ภาษา

1.1.3 กำหนดนโยบายและแผนการปฏิบัติงานให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำ สร้างสำนึกให้สามารถรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการประเมิการทำงานอย่างต่อเนื่อง

1.1.4 อบรมและส่งเสริมให้พนักงานใฝ่หาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ เส้นทาง ของสถานที่นำเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ในการแนะนำนักท่องเที่ยว

1.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวการให้บริการด้านมาตรการเกี่ยวกับกิจกรรมที่สอดคล้องกับสังคมและชุมชน ควรส่งเสริมนโยบายต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น นโยบายเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างโอกาสให้คนในชุมชนบริเวณท่าเรือได้สามารถประกอบอาชีพ รวมถึงการส่งเสริมอาชีพใหม่ ๆ ให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการตลาดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีข้อเสนอแนะ ดังนี้
ด้านการส่งเสริมการขาย ควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ เคมเบิลท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดโปรโมชั่น ประกอบด้วย การซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่ากิจกรรมทางทะเลค่าน้ำ-ชมปะการัง การจัดโปรโมชั่นวันจันทร์-วันศุกร์ที่อาจมีนักท่องเที่ยวน้อยกว่าวันหยุดหรือช่วงเทศกาล การซื้อตั๋วเรือ 10 ใบ แลกฟรี 1 หรือลดพิเศษในกิจกรรมเฉพาะกิจ เช่น เฉพาะศุกร์วันวาเลนไทน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบต่อชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกับชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการว่า ผู้ประกอบการจะมีส่วนช่วยเหลือชุมชนอย่างไรที่เป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจแก่ผู้ประกอบการและชุมชนได้รับประโยชน์แบบ Win-win ทั้งสองฝ่าย

2. ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวอินโดนีเซีย ชาวมาเลเซีย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน รัสเซีย และยุโรป ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

บรรณานุกรม

- กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2556). *การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน*. ม.ป.ท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การปกครองอำเภอชะอำ. (2555). *รายงานสถิติจำนวนประชากร และบ้าน ทั่วประเทศ และรายจังหวัด ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2555*. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดเพชรบุรี>
- คณิงนิตย์ เมฆดี. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการเรือท่องเที่ยวในเขตเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมม. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- จิตติพรรณ ศิริตระกูลวงศ์. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จีน ญี่ปุ่น*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดิไซส์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน = Sustainable tourism development*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาขาท่าพระจันทร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด.
- ปัญญา น้อยเปรม, ปาริตต์ เอกากุล, วิวิธพิล คุรุวัชรพงศ์, ศิริวุฒิ ฤทธิพิชัย และสิทธิพร อยู่่อม. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเรือดำน้ำเจ้าพระยาของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. *ICT Silpakorn Journal*, 2(1), 81-96.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, กลุ่มท้องถิ่นและภูมิภาคการศึกษา. (2553ก).

การขนส่งทางน้ำ. เข้าถึงได้จาก

<http://www.sri.cmu.ac.th/~transportation/transit.php?id=2>

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, กลุ่มท้องถิ่นและภูมิภาคการศึกษา. (2553ข).

แนวทางการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยในการสัญจรทางน้ำ: สำหรับกรณีคนตก-
น้ำ. เข้าถึงได้จาก <http://www.sri.cmu.ac.th/~transportation/show->

[details.php?type=knowledge&id=11](http://www.sri.cmu.ac.th/~transportation/show-)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สถาบันวิจัยสังคม, กลุ่มท้องถิ่นและภูมิภาคการศึกษา. (2553ค).

มาตรการเพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุทางน้ำ. เข้าถึงได้จาก

<http://www.sri.cmu.ac.th/~transportation/show-details.php?type=knowledge>
&id=8

สำนักพัฒนาบริหารท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554) มาตรฐาน
เรือรับจ้างนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: ไอเดีย สแควร์.

ลฎาภา พูลเกษม. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัยกับ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขารังสิต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วรรณนา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วีระพงษ์ เถลิมาจิระรัตน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

ประชาชน จำกัด.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2557). โครงการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น
ของการพัฒนาการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางน้ำโดยเรือเฟอร์รี่ในเส้นทางพญา
ชะอำ และหัวหิน. ม.ป.ท.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ:
ธรรมสาร.

สมิต สัมภูกร. (2543). เครื่องมือการบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

สุรสิฐ อินต๊ะ. (2551). ศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อัจฉริยา ปราบอริพ่าย . (2547). *เทคนิคการวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS: ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14th ed.). Boston: McGraw-Hill.

Kotler, P. (2003). *Marketing and introduction* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Menard, S. (1995). *Applied logistic regression analysis*. Thousand Oaks: Sage.

Myers, W. C., Scott, K., Burgess, A. W., Burgess, A. G. (1995). Psychopathology, Bio psychosocial factors, crime characteristics and classification of 25 homicidal youths. *Journal Am Acad Child Adolesc Psychiatry*, 34, 1483-1489.

Nunnally, C. J. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Pattaya City. (2559). *ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของพัทยา*. เข้าถึงได้จาก <http://www.pattaya.go.th/city-information/%e0%b8%98%e0%b8%b8%e0%b8%a3%e0%b8%81%e0%b8%b4%e0%b8%88%e0%b9%81%e0%b8%a5%e0%b8%b0%e0%b8%81%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b8%a5%e0%b8%87%e0%b8%97%e0%b8%b8%e0%b8%99%e0%b8%82%e0%b9%89%e0%b8%ad%e0%b8%a1%e0%b8%b9%e0%b8%a5%e0%b8%94%e0%b9%89%e0%b8%b2%e0%b8%99%e0%b9%80%e0%b8%a8%e0%b8%a3%e0%b8%a9%e0%b8%90%e0%b8%81%e0%b8%b4%e0%b8%88%e0%b8%82%e0%b8%ad%e0%b8%87%e0%b8%9e-2/>

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (ภาษาไทย)



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

แบบสอบถามชุดที่

Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวโน้มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อมเส้นทางทางขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ทัศนศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย พัทยา,ชะอำ,หัวหิน แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการทำงานนิพนธ์ ในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ท่านมีความต้องการที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ พัทยา, ชะอำ, หัวหิน หรือไม่

..... 1. ต้องการ

..... 2. ไม่ต้องการ (ไม่แจกแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 20 - 30 ปี

2. 31 - 40 ปี

3. 41 - 50 ปี

4. 51 - 60 ปี

5. 61 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทธา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย พัทธา, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ, อุปกรณ์ช่วยชีวิต)					
1.1 มีใบอนุญาตให้ใช้เรือ ที่ออกโดยกรมเจ้าท่า					
1.2 มีป้ายบอกชื่อหรือสัญลักษณ์พร้อมเลขทะเบียน					
1.3 มีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสารอย่างชัดเจน					
1.4 มีป้ายแนะนำการปฏิบัติตนขณะโดยสารและเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีป้ายการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิต					
1.5 มีพื้นที่เก็บสัมภาระผู้โดยสารและอุปกรณ์ผูกมัดอย่างแน่นหนา					
1.6 มีห้องน้ำ-ห้องสุขาถูกสุขลักษณะ					
1.7 แสดงเครื่องหมายพื้นที่สูบบุหรี่					
1.8 มีอุปกรณ์สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ					
1.9 มีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่างเหมาะสมและปลอดภัย					
1.10 มีพวงชูชีพและเสื้อชูชีพ อุปกรณ์ตามข้อบังคับพร้อมใช้งานทุกชิ้น					
1.11 มีน้ำยาดับเพลิงประจำเรืออย่างมีประสิทธิภาพ					
1.12 มีอาสาสมัครประจำบ้านและชุดปฐมพยาบาลอย่างมีคุณภาพ					

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย แพทย์, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. บุคลากร (คนขับ,ช่างเครื่อง,พนักงาน และเจ้าของเรือ)					
2.1 คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ และมีประกาศนียบัตรประเภทการเดินเรือ พร้อมบัตรประจำตัวที่หน่วยราชการออกให้					
2.2 มีความสามารถดูสภาพกระแสน้ำ สภาพท้องน้ำ และสถานที่เรือแล่นผ่านได้ดี					
2.3 ช่างเครื่องตรวจสภาพตัวเรือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ก่อนเรือออกทุกครั้ง					
2.4 คนขับไม่ขับจี้เรือด้วยความประมาท ไม่ดื่มสุรา เสพของมึนเมา หรือสารเสพติดขณะควบคุมเรือ					
2.5 พนักงานมีการบันทึกจำนวนหรือรายชื่อผู้โดยสารให้ครบถ้วนทุกครั้งก่อนออกเรือและควบคุมไม่ให้ผู้โดยสารและสัมภาระเกินที่กำหนด					
2.6 พนักงานมีการแนะนำคน และชี้แจงการปฏิบัติตนขณะโดยสาร เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการใช้ อุปกรณ์ช่วยชีวิตอย่างครบถ้วนแก่ผู้โดยสาร					
2.7 พนักงานสามารถช่วยน้ำได้ สามารถช่วยเหลือและปฐมพยาบาลผู้โดยสารได้					
2.8 มีช่างเครื่องประจำเรืออย่างน้อย 1 คนมีความรู้ ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ และบัตรประจำตัวที่ออกโดยหน่วยราชการ					
2.9 มีเจ้าหน้าที่ คอยให้ความช่วยเหลือและรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารหรือบริเวณท่าเทียบเรือ 1 คน					
2.10 มีเอกสารการจดทะเบียนเรือ และ/หรือ ใบอนุญาตใช้เรืออย่างถูกต้อง และไม่หมดอายุ					
2.11 มีการตรวจสภาพเรือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ตามระยะเวลาที่กำหนด					
2.12 มีการส่งเสริมให้มีการอบรม การปฏิบัติในกรณีฉุกเฉินต่างๆอย่างสม่ำเสมอ					

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย แพทย์, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.13 มีการทำประกันภัยสำหรับผู้โดยสาร ตามจำนวนที่อนุญาตให้บรรทุกได้ โดยวงเงินประกันไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ.ประกันภัยบุคคลที่ 3					
3. คุณภาพการให้บริการของพนักงาน					
3.1 ปฏิบัติตน สันทนอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร					
3.2 การแต่งกายสุภาพ สะอาด มีสัญลักษณ์แสดงความเป็นพนักงานประจำเรือ					
3.3 มีทัศนคติ และทักษะในการทำงานที่ดี สามารถรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3.4 มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ เส้นทาง ของสถานที่นำเที่ยว ตามความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ					
3.5 สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา ตามความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ					
4. ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน					
4.1 ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด					
4.2 ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด					
4.3 ต้องรักษาคำมั่นสัญญาในการให้บริการ เช่น อัตราค่าบริการ การนัดหมาย เป็นต้น					
4.4 มีความยืดหยุ่นในการให้บริการในกรณีที่ผู้โดยสารร้องขอ และไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม					

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย แพทย์, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ, พนักงาน)					
5.1 ปฏิบัติตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด เรื่อง ค่าจ้าง และสวัสดิการ					
5.2 ควรไม่ใช่แรงงานเด็ก สตรี และต่างชาติอย่างผิด กฎหมาย					
5.3 ไม่สนับสนุนให้มีการขายบริการทางเพศ เล่น การพนัน หรือกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงาม					
5.4 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกันทุกเชื้อชาติ ศาสนา					
5.5 ควรคำนึงถึงความสะอาดปลอดภัยของคนพิการ คนชรา เด็ก และสตรีมีครรภ์					
6. มาตรการเกี่ยวกับเรือ					
6.1 ช่วยกันลดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อ สภาพแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กระป๋อง โลหะ เป็นต้น					
6.2 มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และของเสีย ทั้งบนเรือ และแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ					
6.3 มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันจากเรือให้อยู่ ในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อม					
6.4 มีการป้องกันเสียงดังรบกวนจากเครื่องยนต์ และ กิจกรรมนันทนาการให้อยู่ในระดับที่ไม่รบกวนต่อ สภาพแวดล้อม					
6.5 กรณีเล่นเรือในช่วงกลางคืนไม่ใช่แสงสว่างใน ลักษณะที่รบกวนต่อสภาพแวดล้อม					
6.6 ระมัดระวังไม่ให้เกิดการทำลาย หรือรบกวน สัตว์น้ำ พืชพรรณ และทรัพยากร ธรรมชาติอื่นๆ ใน แหล่งท่องเที่ยว เช่น แนวปะการัง ป่าชายเลน หินงอก หินย้อย เป็นต้น					

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย แพทย์, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
7.1 จัดโปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้ สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงฤดู การผสมพันธุ์ และการวางไข่ของสัตว์					
7.2 จัดให้มีกิจกรรม การให้ความรู้ หรือ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศ ตามความเหมาะสม กับลักษณะการประกอบการ เช่น เก็บขยะริมหาด ปลูก กล้าไม้ชายเลน เป็นต้น					
7.3 ไม่สนับสนุนให้มีการทำลายระบบนิเวศ เช่น เก็บเปลือกหอย ปะการัง หรือปลาสวยงาม เป็นต้น					
8. มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม					
8.1 อนุรักษ์ และสนับสนุนสิ่งที่ดีงามของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม เป็นต้น					
8.2 สร้างความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับชุมชน เช่น เข้าร่วมกับองค์กรของพื้นที่ ที่เกี่ยวข้อง					
8.3 เสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วม และ ได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยว การจัด อบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและ คนไทย พัทยา, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. การบริการ					
1.1 ความปลอดภัย					
1.2 กำหนดเวลาที่แน่นอน					
1.3 ความสะดวกสบายในการเดินทาง					
1.4 ความสะอาดบริเวณท่าเรือและในเรือ					
1.5 เรือให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					
1.6 คนขับเรือและพนักงานต้องปฏิบัติด้วยความมี ระเบียบและเคร่งครัดต่อหน้าที่รับผิดชอบ					
1.7 การบริการขนส่งสิ่งของ และยานพาหนะ					
2. ราคา					
2.1 ค่าใช้จ่ายเดินทางจนถึงจุดหมาย					
2.2 ความเหมาะสมของราคา					
3. การจัดจำหน่าย					
3.1 เคาน์เตอร์บริเวณท่าเรือ					
3.2 เคาน์เตอร์เซอร์วิส					
3.3 แอปพลิเคชันบนมือถือ					
3.4 เว็บไซต์บนมือถือ					
4. การส่งเสริมการขาย					
4.1 สื่อนั่งสือพิมพ์, สื่อวิทยุ					
4.2 สื่อรายการโทรทัศน์, เคเบิลท้องถิ่น					
4.3 โปรโมชัน วันจันทร์ – วันศุกร์					
4.3.1 ปรับลดราคาตั๋วเรือ					
4.3.2 ซื้อตั๋วเรือ 10 ใบ แถมฟรี 1 ใบ					
4.4 โปรโมชัน วันเสาร์ – วันอาทิตย์ - วันนักขัตฤกษ์					
4.4.1 ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและ เครื่องดื่ม					

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย พัทยา, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.4.2 ข้อดีเรือมีส่วนลดค่ากิจกรรมทางทะเลดำน้ำ - ชมปะการัง					
4.4.3 ลดพิเศษเฉพาะผู้รักวันวาเลนไทน์เท่านั้น					

ส่วนที่ 4 แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางการขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ คนไทย พัทยา, ชะอำ และหัวหิน				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. แนวโน้มความต้องการ					
1.1 ท่านมีความต้องการที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ พัทยา-ชะอำ-หัวหิน หรือไม่					

ขอขอบคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ
นาย นัฐกิตติ์ บุญมา

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (ภาษาอังกฤษ)



Graduate School of Commerce, Burapha University
169 Long-Hard Bangsaen Road, Saensook Municipality,
Muang District, Chonburi

The Questionnaire

The Trend Affecting the Decision to Choose Ferry Services Connecting Pattaya in Chonburi, ChaAm in Phetchaburi, and Hua Hin in Prachuap Khiri Khan: Case Study of Thai and Foreign Tourists in Pattaya, ChaAm , and Hua Hin.

This questionnaire is one part of the thesis of Master of Business Administration, Graduate School of Commerce, Burapha University

The researcher asks you to answer this questionnaire. And thank you for your kindness.

Mr.Nattakrit Boonma

The researcher

Instruction: Please mark into in front of your answer based on your honest opinion.

Would you like to take a ferry to Pattaya , Cha-Am , or Hua Hin?

... 1. Yes .

... 2. No (The questionnaire is not given)

Part 1 The Personal Factors of the Respondents

1. Gender

1. Male.

2. Female.

2. Age

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 20 - 30 years. | <input type="checkbox"/> 2. 31 - 40 years. |
| <input type="checkbox"/> 3. 41 - 50 years. | <input type="checkbox"/> 4. 51 - 60 years. |
| <input type="checkbox"/> 5. Over 61 years. | |

3. Education Level

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. less than Bachelor's degree | <input type="checkbox"/> 2. Bachelor's degree |
| <input type="checkbox"/> 3. more than Bachelor's degree | |

4. Occupation

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Student | <input type="checkbox"/> 2. Government officer |
| <input type="checkbox"/> 3. Employee | <input type="checkbox"/> 4. State enterprise employee |
| <input type="checkbox"/> 5. Merchant/ Business owner | <input type="checkbox"/> 6. Other (please specify)..... |

5. Monthly income

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. less than 10,000 baht (285.71 Dollar) |
| <input type="checkbox"/> 2. 10,000-20,000 baht (285.71-571.43 Dollar) |
| <input type="checkbox"/> 3. 20,001- 30,000 baht (571.43-857.14 Dollar) |
| <input type="checkbox"/> 4. 30,001 - 40,000 baht (857.14-1142.86 Dollar) |
| <input type="checkbox"/> 5. 40,001 - 50,000baht (1142.86-1428.57 Dollar) |
| <input type="checkbox"/> 6. more than 50,001 baht (1428.57 Dollar) |

6. Nationality

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Thai | <input type="checkbox"/> 2. foreigner (please specify) |
|----------------------------------|--|

Part 2 Tourists' opinion affecting their decision to use the ferry service connecting Pattaya in Chonburi, ChaAm in Phetchaburi, and Hua Hin in Prachuap Khiri Khan

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
1. Physical condition (Hull, lifesaving equipment)					
1.1 There is a license to use the boat issued by the Marine Department.					
1.2 There are signs or symbols with registration number.					
1.3 The limit number of passengers is labeled clearly.					
1.4 There is a sign advising passengers to do in case of emergency. There is instruction for lifesaving equipment.					
1.5 There is space for passengers' luggage to be tightly bonded.					
1.6 There is a hygiene bathroom and toilet.					
1.7 The smoking areas is signed.					
1.8 There is effective communication equipment.					
1.9 Fuel is stored appropriately and securely.					
1.10 A ring buoy, life jacket and all equipment according to the regulations are ready to use.					
1.11 There is effective liquid fire.					
1.12 There are effective medicine cabinet and first aid kit.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
2. Personnel (The driver, mechanic, ship owners and employees)					
2.1 The driver must be skilled and seamanship with certificate issued by government.					
2.2 The driver is able to understand the current, the condition of water and know the area where boat will be sailed well.					
2.3 Mechanics inspect the hull machinery and equipment before leaving.					
2.4 The driver won't drive the boat with negligence, drink alcohol or substance abuse while he is on duty.					
2.5 Employees record number of passengers before leaving and control their luggage to avoid overloading.					
2.6 Staffs introduce themselves and show passenger how to do in case of emergency, including the use of life-saving equipment for passengers roughly.					
2.7 Employees can swim and help passengers.					
2.8 There is at least one skilled ship mechanic with valid certificate issued by the government.					
2.9 There is at least one official to assist and provide security to passengers or pier.					
2.10 There is valid registration document or license boat.					
2.11 The boat, machine, and equipment are inspected regularly.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
2.12 There is a training for emergency services regularly.					
2.13 There is insurance for passengers according to the passenger limit. The insurance limit is not less than specified in the third party of the act of legislation.					
3. Quality of Employees' Service					
3.1 Employees are friendly politely behave to passengers.					
3.2 Employees dress properly and cleanly with the symbol to show they are staffs of the boat.					
3.3 Employees have good attitude and skills to do a good job and to be responsible for their duties effectively.					
3.4 Employees have knowledge about the route of the tour that is appropriate for entrepreneurship.					
3.5 Employees are able to communicate both in Thai and at least one foreign language that is appropriate for entrepreneurship.					
4. Fairness in the service of entrepreneurs and employees.					
4.1 They comply with regulations and water transport laws strictly.					
4.2 They comply with consumer protection laws strictly.					
4.3 They must keep promise to serve as same as the agreement.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
4.4 There is flexibility in service if passengers request but it doesn't contrary to law or good morals.					
5. Human rights (Operators, employees)					
5.1 They comply with labor laws imposed on wages and benefits.					
5.2 Women, children, and foreign workers should not used illegally.					
5.3 Do not encourage prostitution or gambling activities that are contrary to good morals.					
5.4 They serve equally all races, and religions.					
5.5 They think of the comfort of handicapped people, children and pregnancy.					
6. Measures on ships					
6.1 They reduce product that is not friendly to the environment such as plastic bags, metal cans and so on.					
6.2 There is waste management both on board and tourist area efficiently.					
6.3 There is soot and oil protection from the vessel to a volume that does not harm the environment.					
6.4 There is engine noise protection and there are recreational activities that does not disturb the environment.					
6.5 Sailing at night without lights that interferes the environment.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
6.6 They are careful not to damage or disturb animals, plants and other natural resources in tourist areas such as coral reefs, mangroves, and stalactites.					
5. Human rights (Operators, employees)					
5.1 They comply with labor laws imposed on wages and benefits.					
5.2 Women, children, and foreign workers should not used illegally.					
5.3 Do not encourage prostitution or gambling activities that are contrary to good morals.					
5.4 They serve equally all races, and religions.					
5.5 They think of the comfort of handicapped people, children, and pregnancy.					
6. Measures on ships					
6.1 They reduce product that is not friendly to the environment such as plastic bags, metal cans and so on.					
6.2 There is waste management both on board and tourist area efficiently.					
6.3 There is soot and oil protection from the vessel to a volume that does not harm the environment.					
6.4 There is engine noise protection and there are recreational activities that does not disturb the environment.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
6.5 Sailing at night without lights that interferes the environment.					
6.6 They are careful not to damage or disturb animals, plants and other natural resources in tourist areas such as coral reefs, mangroves, and stalactites.					
7. Measures plan on tourism activities.					
7.1 Programs and facilities must be accordance with the travel season, and the water table - up by avoiding mating season and laying eggs of animals					
7.2 Activities about ecosystem awareness that is appropriate for entrepreneurship are provided such as beach cleaning and wetland planting.					
7.3 Do not encourage the destruction of ecosystems, such as coral, shells or fish and so on.					
8. Activity measures					
8.1 They conserve and promote the good activities of the community, such as arts and culture, handicrafts and so on.					
8.2 They stimulate understanding and cooperating with the community such as joining the related organizations.					
8.3 They promote activities to strengthen community and benefit-sharing sites such as improving the training of personnel involved in tourism.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	High (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
7. Measures plan on tourism activities.					
7.1 Programs and facilities must be accordance with the travel season, and the water table - up by avoiding mating season and laying eggs of animals					
7.2 Activities about ecosystem awareness that is appropriate for entrepreneurship are provided such as beach cleaning and wetland planting.					
7.3 Do not encourage the destruction of ecosystems, such as coral, shells or fish and so on.					
8. Activity measures					
8.1 They conserve and promote the good activities of the community, such as arts and culture, handicrafts and so on.					
8.2 They stimulate understanding and cooperating with the community such as joining the related organizations.					
8.3 They promote activities to strengthen community and benefit-sharing sites such as improving the training of personnel involved in tourism.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	high (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
7. Measures plan on tourism activities.					
7.1 Programs and facilities must be accordance with the travel season, and the water table - up by avoiding mating season and laying eggs of animals					
7.2 Activities about ecosystem awareness that is appropriate for entrepreneurship are provided such as beach cleaning and wetland planting.					
7.3 Do not encourage the destruction of ecosystems, such as coral, shells or fish and so on.					
8. Activity measures					
8.1 They conserve and promote the good activities of the community, such as arts and culture, handicrafts and so on.					
8.2 They stimulate understanding and cooperating with the community such as joining the related organizations.					
8.3 They promote activities to strengthen community and benefit-sharing sites such as improving the training of personnel involved in tourism.					

Part 3 Tourists' opinion affecting their decision to use the ferry service connecting Pattaya in Chonburi, ChaAm in Phetchaburi, and Hua Hin in Prachuap Khiri Khan

	Level of opinion				
	Very high (5)	high (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
1. Services					
1.1 security					
1.2 Tentatively scheduled					
1.3 Travel in comfort					
1.4 The cleanness of boat docks					
1.5 The boat is in good condition.					
1.6 The driver and employees must comply with regulations strictly and be responsible.					
1.7 The good and vehicle transportation.					
2. Price					
2.1 Travel cost to the destination					
2.2 Reasonable prices					
3. Distribution					
3.1 Dock counter					
3.2 Counter service					
3.3 An application on the phone.					
3.4 Mobile Website					
4. Promotion					
4.1 Newspapers, radio					
4.2 Media TV, local cable					
4.3 Promotions: Monday - Friday.					
4.3.1 Reduced ticket price					
4.3.2 Buy 10 tickets and get 1 free ticket promotion.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	high (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					

	Level of opinion				
	Very high (5)	high (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					
4.4 Promotions on Saturday - Sunday - public holidays.					
4.4.1 Buy a ticket and get discount for accommodation, food and drink.					
4.4.2 Buy a ticket and get discount for marine activities such as snorkeling					
4.4.3 Special price only for couples on Valentine's Day.					

Part 4 Tourists'demand trends affecting their decision to use the ferry service connecting Pattaya in Chonburi, ChaAm in Phetchaburi, and Hua Hin in Prachuap Khiri Khan

	Level of opinion				
	Very high (5)	high (4)	moderate (3)	low (2)	Very low (1)
1. Demand trends					
1.1 You would like to take a ferry Pattaya - ChaAm - Hua Hin or not.					

Thank you for your kindness

Mr.Nattakrit Boon

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิเคราะห์การค้ำประกันความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (ค่า IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อเรื่อง: แนวโน้มความต้องการใช้บริการเรือเฟอร์รี่เชื่อมเส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทธา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ
ดังรายนามต่อไปนี้

1. ผศ.ดร. สุชนนี เมธิโยธิน

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ดร.ภัทรี ปรีสัตถ์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. อาจารย์ กชพร นรมาตย์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อ ไม่น้อยกว่า
0.5 (อ้างอิง) ดังตารางสรุปแบบทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม/ ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
1. เพศ	1	1	1	สอดคล้อง
2. อายุ	1	1	1	สอดคล้อง
3. ระดับการศึกษาสูงสุด	1	1	1	สอดคล้อง
4. อาชีพ	1	1	1	สอดคล้อง
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	สอดคล้อง
6. เชื้อชาติ	1	1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางทางขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

ข้อคำถาม / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
1. สภาพทางกายภาพ (ตัวเรือ , อุปกรณ์ช่วยชีวิต)				
1.1 มีใบอนุญาตให้ใช้เรือ ที่ออกโดยกรมเจ้าท่า	1	1	1	สอดคล้อง
1.2 มีป้ายบอกชื่อหรือสัญลักษณ์พร้อมเลขทะเบียน	1	1	1	สอดคล้อง
1.3 บนเรือมีป้ายระบุจำนวนผู้โดยสารอย่างชัดเจน	1	1	1	สอดคล้อง
1.4 บนเรือมีป้ายแนะนำการปฏิบัติตนขณะโดยสารและเมื่อเกิด อุบัติเหตุ มีป้ายการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิต	1	1	1	สอดคล้อง
1.5 บนเรือมีพื้นที่เก็บสัมภาระผู้โดยสารและอุปกรณ์ผูกมัดอย่างแน่นหนา	1	1	1	สอดคล้อง
1.6 มีห้องน้ำ-ห้องสุขาถูกสุขลักษณะ บนเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
1.7 แสดงเครื่องหมายพื้นที่สูบบุหรี่ บนเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
1.8 บนเรือ มีอุปกรณ์สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	สอดคล้อง
1.9 บนเรือมีการจัดเก็บเชื้อเพลิงอย่างเหมาะสมและปลอดภัย	1	1	1	สอดคล้อง
1.10 บนเรือมีพวงชูชีพและเสื้อชูชีพ อุปกรณ์ตามข้อบังคับ พร้อมใช้งานทุกชิ้น	1	1	1	สอดคล้อง
1.11 บนเรือมีน้ำยาดับเพลิงประจำเรืออย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	สอดคล้อง
1.12 บนเรือมียาสามัญประจำบ้านและชุดปฐมพยาบาลอย่างมีคุณภาพ	1	1	1	สอดคล้อง
2.บุคลากร (คนขับ ,ช่างเครื่อง ,พนักงาน และเจ้าของเรือ)				
2.1 คนขับ ต้องมีความรู้ ความสามารถ และมีประกาศนียบัตรประเภทการเดินเรือ พร้อมบัตรประจำตัวที่หน่วยราชการออกให้	1	1	1	สอดคล้อง
2.2 มีความสามารถดูสภาพกระแสน้ำ สภาพท้องน้ำ และสถานที่เรือแล่นผ่าน ได้ดี	1	1	1	สอดคล้อง
2.3 ช่างเครื่องตรวจสอบสภาพตัวเรือ เครื่องจักรและอุปกรณ์	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อความ / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
ก่อนเรือออกทุกครั้ง				
2.4 คนขับไม่ขับจี้เรือด้วยความประมาท ไม่ดื่มสุรา เสพของมีนเมา หรือสารเสพติดขณะควบคุมเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
2.5 พนักงานมีการบันทึกจำนวนหรือรายชื่อผู้โดยสารให้ครบถ้วนทุกครั้งก่อนออกเรือและควบคุมไม่ให้ผู้โดยสารและสัมภาระเกินที่กำหนด	1	1	1	สอดคล้อง
2.6 พนักงานมีการแนะนำตน และชี้แจงการปฏิบัติตนขณะโดยสาร เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิตอย่างครบถ้วนแก่ผู้โดยสาร	1	1	1	สอดคล้อง
2.7 พนักงานสามารถว่ายน้ำได้ สามารถช่วยเหลือและปฐมพยาบาลผู้โดยสารได้	1	1	1	สอดคล้อง
2.8 มีช่างเครื่องประจำเรืออย่างน้อย 1 คนมีความรู้ความสามารถ และมีใบประกาศนียบัตรที่ไม่หมดอายุ และบัตรประจำตัวที่ออกโดยหน่วยราชการ	1	1	1	สอดคล้อง
2.9 มีเจ้าหน้าที่ คอยให้ความช่วยเหลือและรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารหรือบริเวณท่าเทียบเรือ 1 คน	1	1	1	สอดคล้อง
2.10 มีเอกสารการจดทะเบียนเรือ และ/หรือใบอนุญาตใช้เรืออย่างถูกต้อง และไม่หมดอายุ	1	1	1	สอดคล้อง
2.11 มีการตรวจสภาพเรือ เครื่องจักร อุปกรณ์ ตามระยะเวลาที่กำหนด	1	1	1	สอดคล้อง
2.12 มีการส่งเสริมให้มีการอบรม การปฏิบัติในกรณีฉุกเฉินต่างๆอย่างสม่ำเสมอ	1	1	1	สอดคล้อง
2.13 มีการทำประกันภัยสำหรับผู้โดยสาร ตามจำนวนที่อนุญาตให้บรรทุกได้ โดยวงเงินประกันไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ใน พ.ร.บ.ประกันภัยบุคคลที่ 3	1	1	1	สอดคล้อง
3. คุณภาพการให้บริการของพนักงาน				
3.1 ปฏิบัติตน สันทนาการอย่างสุภาพ และเป็นมิตรต่อผู้โดยสาร	1	1	1	สอดคล้อง
3.2 การแต่งกายสุภาพ สะอาด มีสัญลักษณ์แสดงความเป็นพนักงานประจำเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
3.3 มีทัศนคติ และทักษะในการทำงานที่ดี สามารถ	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
รับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
3.4 มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ เส้นทาง ของสถานที่นำเที่ยว ตามความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ	1	1	1	สอดคล้อง
3.5 สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 1 ภาษา ตามความเหมาะสมกับลักษณะการประกอบการ	1	1	1	สอดคล้อง
4. ความเป็นธรรมในให้บริการของผู้ประกอบการ และพนักงาน				
4.1 ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายการคมนาคมทางน้ำอย่างเคร่งครัด	1	1	1	สอดคล้อง
4.2 ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด	1	1	1	สอดคล้อง
4.3 ต้องรักษาคำมั่นสัญญาในการให้บริการ เช่น อัตราค่าบริการ การนัดหมาย เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
4.4 มีความยืดหยุ่นในการให้บริการในกรณีที่มีผู้โดยสารร้องขอ และไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม	1	1	1	สอดคล้อง
5. สิทธิมนุษยชน (ผู้ประกอบการ , พนักงาน)				
5.1 ปฏิบัติตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด เรื่องค่าจ้าง และสวัสดิการ	1	1	1	สอดคล้อง
5.2 ควรไม่ใช่แรงงานเด็ก สตรี และต่างชาติอย่างผิดกฎหมาย	1	1	1	สอดคล้อง
5.3 ไม่สนับสนุนให้มีการขายบริการทางเพศ เล่นการพนัน หรือกิจกรรมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงาม	1	1	1	สอดคล้อง
5.4 ให้บริการอย่างเท่าเทียมกันทุกเชื้อชาติ ศาสนา	1	1	1	สอดคล้อง
5.5 ควรคำนึงถึงความสะดวกปลอดภัยของคนพิการ คนชรา เด็ก และสตรีมีครรภ์	1	1	1	สอดคล้อง
6. มาตรการเกี่ยวกับเรือ				
6.1 ช่วยกันลดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม เช่น ถุงพลาสติก กระป๋อง โลหะ เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
6.2 มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และของเสีย ทั้งบนเรือและแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
6.3 มีการป้องกันเขม่าควัน และน้ำมันจากเรือให้อยู่ในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อม	1	1	1	สอดคล้อง
6.4 มีการป้องกันเสียงดังรบกวนจากเครื่องยนต์ และกิจกรรมนันทนาการให้อยู่ในระดับที่ไม่รบกวนต่อสภาพแวดล้อม	1	1	1	สอดคล้อง
6.5 กรณีเล่นเรือในช่วงกลางคืนไม่ใช้แสงสว่างในลักษณะที่รบกวนต่อสภาพแวดล้อม	1	1	1	สอดคล้อง
6.6 ระมัดระวังไม่ให้เกิดการทำลาย หรือรบกวนสัตว์น้ำ พืชพรรณ และทรัพยากร ธรรมชาติอื่นๆในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แนวปะการัง ป่าชายเลน หินงอกหินย้อย เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
7. มาตรการเกี่ยวกับแผนและกิจกรรมการท่องเที่ยว				
7.1 จัดโปรแกรม และสถานที่การนำเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาล และตารางน้ำขึ้น-ลง หลีกเลี่ยงฤดูกาลผสมพันธุ์ และการวางไข่ของสัตว์	1	1	1	สอดคล้อง
7.2 จัดให้มีกิจกรรม การให้ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบนิเวศ ตามความเหมาะสม กับลักษณะการประกอบการ เช่น เก็บขยะริมหาด ปลูกกล้าไม้ชายเลน เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
7.3 ไม่สนับสนุนให้มีการทำลายระบบนิเวศ เช่น เก็บเปลือกหอย ปะการัง หรือปลาสวยงาม เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
8. มาตรการเกี่ยวกับกิจกรรม				
8.1 อนุรักษ์ และสนับสนุนสิ่งที่ดึงดูดใจของชุมชน เช่น ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง
8.2 สร้างความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับชุมชน เช่น เข้าร่วมกับองค์กรของพื้นที่ ที่เกี่ยวข้อง	1	1	1	สอดคล้อง
8.3 เสริมสร้างกิจกรรมที่ชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น	1	1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางทางขนส่งระหว่างพัทธา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

ข้อความ / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
1. การบริการ				
1.1 ความปลอดภัย	1	1	1	สอดคล้อง
1.2 กำหนดเวลาที่แน่นอน	1	1	1	สอดคล้อง
1.3 ความสะอาดสบายในการเดินทาง	1	1	1	สอดคล้อง
1.4 ความสะอาดบริเวณท่าเรือและในเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
2. ราคา				
2.1 ค่าใช้จ่ายเดินทางจนถึงจุดหมาย	1	1	1	สอดคล้อง
2.2 ความเหมาะสมของราคา	1	1	1	สอดคล้อง
3. การจัดจำหน่าย				
3.1 เคาน์เตอร์บริเวณท่าเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
3.2 เคาน์เตอร์เซอร์วิส	1	1	1	สอดคล้อง
3.3 แอปพลิเคชันบนมือถือ	1	1	1	สอดคล้อง
3.4 เว็บไซต์บนมือถือ	1	1	1	สอดคล้อง
4. การส่งเสริมการขาย				
4.1 สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อวิทยุ	1	1	1	สอดคล้อง
4.2 สื่อรายการโทรทัศน์, เคเบิลท้องถิ่น	1	1	1	สอดคล้อง
4.3 โปรโมชัน วันจันทร์ – วันศุกร์	1	1	1	สอดคล้อง
4.3.1 ปรับลดราคาตั๋วเรือ	1	1	1	สอดคล้อง
4.3.2 ซื้อตั๋วเรือ 10 ใบ แคมฟรี 1 ใบ	1	1	1	สอดคล้อง
4.1 สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อวิทยุ	1	1	1	สอดคล้อง
4.4 โปรโมชัน วันเสาร์ – วันอาทิตย์ - วันนักขัตฤกษ์	1	1	1	สอดคล้อง
4.4.1 ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่าที่พักอาหารและเครื่องดื่ม	1	1	1	สอดคล้อง
4.4.2 ซื้อตั๋วเรือมีส่วนลดค่ากิจกรรมทางทะเลดำน้ำ – ชมปะการัง	1	1	1	สอดคล้อง
4.4.3 ลดพิเศษเฉพาะคู่รักวันวาเลนไทน์เท่านั้น	1	1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 4 แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเรือเฟอร์รี่ที่เชื่อม
เส้นทางรถขนส่งระหว่างพัทยา (จังหวัดชลบุรี) ชะอำ(จังหวัดเพชรบุรี) และหัวหิน (จังหวัด)
ประจวบคีรีขันธ์

ข้อความ / ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			แปลผล
	1	2	3	
1. แนวโน้มความต้องการ				
1.1 ท่านมีความต้องการที่จะใช้บริการเดินเรือเฟอร์รี่ พัทยา – ชะอำ – หัวหิน หรือไม่	1	1	1	สอดคล้อง