



พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์
ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา

Behavior and satisfaction of GEN-Y tourists at Bangsaen Aquarium
& Museum

พรรณปพร จันทร์ฉาย^{1*} และอรอุษา อ่องสุวรรณ¹

Punnapaporn Chanchai^{1*} and Onusa Ongsuwan¹

¹ อาจารย์, หลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹ professor, Department of Tourism, Faculty of Liberal Art, BangkokThonburi University

*Corresponding author, E-mail: panpa.chanchai98@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา โดยวิธีการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยเลือกตามความสะดวก (Convenience Sampling) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) สถิติที่ใช้คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบทั้งหมดเป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน (ร้อยละ 57.00) เพศชาย จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.00) มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 262 คน (ร้อยละ 65.50) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน (ร้อยละ 61.50) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.50)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 239 คน (ร้อยละ 59.75) วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามาเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 345 คน (ร้อยละ 86.25) โดยบุคคลที่เดินทางมาด้วยคือเพื่อน จำนวน 200 คน (ร้อยละ 50.00) ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางมาเข้าชม คือ ช่วงกลางวัน จำนวน 277 คน (ร้อยละ 69.25) เห็นด้วยว่าการรีวิวผ่านสื่อออนไลน์ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 267 คน (ร้อยละ 66.75) จุดที่สนใจมากที่สุดในส่วนจัดแสดง แมงกะพรุนพระจันทร์ (Moon Jelly fish) โชนตู้แสดงปลาที่มีรูปร่างแปลก เช่น ม้าน้ำ ปลาสิงโต แมงกะพรุน จำนวน 196 คน (ร้อยละ 49.00) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในเดินทางท่องเที่ยว (เฉพาะที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา) ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 230 คน (ร้อยละ 57.50)



คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความดึงดูดใจ พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มาเป็นอันดับหนึ่งอยู่ที่ 4.27 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านบุคลากร อยู่ที่ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความดึงดูดใจ อยู่ที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการ อยู่ที่ 4.11 มาเป็นลำดับสุดท้าย

คำสำคัญ: พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y

Abstract

The purpose of this research was to study behavior and satisfaction of GEN-Y tourists towards the Institute of Marine Science Burapha University By the method of this research, the data was collected as a questionnaire of 400 sets, selected according to convenience (Convenience Sampling) with Thai tourists. This research was a survey research (Survey Research). The statistics used were frequency, percentage, arithmetic mean.

The purpose of this research GEN-Y showed results that 228 respondents were female (57.00%), 172 male (43.00%), aged 15-20 years and 262 (65.50%). Bachelor's degree 246 people (61.50%) and monthly income is less than or equivalent to 500 baht for 206 people (51.50%)

Behavior of GEN-Y tourists towards the Institute of Marine Science Burapha University found that the respondents had been to the Institute of Marine Science Burapha University, number 239 (59.75 percent). The purpose of the trip to the Institute of Marine Science Burapha University, the majority of respondents answered that 345 people came for tourism (86.25 percent). The people who traveled with them were friends, amounting to 200 (50.00 percent). During the day, 277 (69.25 percent) agreed that online reviews influenced their travel decisions. A total of 267 (66.75 percent) of those 267. The most interesting point in the exhibit Moon jelly fish (animal aquarium zones such as seahorses, lion fish, jellyfish) of 196 people (49.00% average expenses spent on traveling (Only at the Institute of Marine Science Burapha University) less than 500 baht, 230 people (57.50)

satisfaction question of GEN-Y tourists to the Institute of Marine Science Burapha University Personnel Management Location and facilities In terms of attractiveness, it was found that in terms of location and facilities It was ranked first at 4.27 at a high level,



followed by personnel at 4.25 at a high level, followed by attractiveness at 4.14 at a high level. On the management side, it was at 4.11, coming in the last order.

Keywords: Tourist behavior, satisfaction, GEN-Y tourists

บทนำ

การท่องเที่ยวที่ถดถอยลงหลังจากช่วงสถานการณ์ โควิด -19 (COVID -19) ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศเกิดการชะงักงัน เศรษฐกิจซบเซา ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประสบปัญหาหรือขาดทุนจากปัญหาด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาครัฐมีความจำเป็นต้องประกาศมาตรการล็อกดาวน์ประเทศเพื่อควบคุมสถานการณ์ไวรัสโควิด 19 ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชะงักงันและหยุดการขับเคลื่อน ทำให้ประชาชนรู้สึกตึงเครียดและมีความต้องเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นอย่างมากจึงก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนเมื่อถึงช่วงเวลาที่รัฐบาลประกาศคลายล็อกดาวน์เป็นจุดที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวภายในประเทศอีกครั้งหนึ่งซึ่งประชาชนโดยส่วนใหญ่ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตในระยะที่ผ่านมาโดยให้คำจำกัดความว่า “New normal” หรือวิถีใหม่ นอกจากนี้ยังมีคำเรียกที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในยุคนี้ว่า “การท่องเที่ยววิถีใหม่ New normal” การท่องเที่ยวแบบ New Normal ในวันนี้ นอกจากนั้น ความสุข สนุก และประทับใจแล้ว ยังต้องเน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ ด้วยการยึดแนวทางตามหลัก Social Distancing อย่างเคร่งครัด อาทิเช่น การใส่หน้ากากอนามัย พกเจลแอลกอฮอล์ก่อนออกจากบ้าน และสวมใส่ตลอดเวลาแม้อยู่บนรถ ล้างมือ กินร้อน ใช้ช้อนตัวเอง การเว้นระยะห่างในระหว่างการท่องเที่ยว จ่ายใช้ผ่านมือถือแทนเงิน เพื่อลดการสัมผัสระหว่างมนุษย์ (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) รูปแบบและความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันก็มีความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังใช้จ่ายในช่วงปัจจุบันคือกลุ่ม GEN-X และ GEN-Y ซึ่ง GEN-X เจนเอ็กซ์ (Generation X) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 อายุ 30-44 ปี คนกลุ่มนี้ก็คือลูกหลานของพวกเจนบี ซึ่งช่วง พ.ศ.2508-2522 นี้เป็นช่วงของสันติภาพ ความมั่งคั่งที่ขยายไปทั่วโลก และแนวความคิดคูกำเนิด จำนวนการเกิดของเด็กช่วงนี้จึงลดลงมาก คนที่เติบโตมาในช่วงนี้มีลักษณะพฤติกรรมชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Work-life Balance) ในส่วนของ GEN-Y เจนวาย (Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2543 อายุ 9-29 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีไอที GEN-Y เจนวาย (Generation Y) เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน (Sanook.com, 2563) การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงมีความจำเป็นต้องพึ่งตลาดกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ไม่เพียงแต่กลุ่มคนทำงานที่มีเงินใช้จ่ายเท่านั้น แต่กลุ่มวัยรุ่นก็เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้



ทั้งนี้หลังจากที่รัฐบาลเริ่มเปิดคลายล็อกดาวน์ในครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 มีหลายจังหวัดที่เป็นเป้าหมายหลักทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯมากนัก ทำให้เราได้เห็นข่าวการหลั่งไหลเข้าไปท่องเที่ยวที่ชายบางแสนของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

บางแสนนอกจากจะมีชายหาดที่สวยงามแล้วยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งคือ “พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสนชลบุรี” หรือ “สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา” พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเปิดให้บริการมากกว่า 30 ปี มีเนื้อที่กว่า 30 ไร่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวโลก ใต้ทะเล เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ทางทะเล สิ่งมีชีวิตและความเป็นอยู่ของสัตว์ทะเลชนิดต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตน่านน้ำของไทย (trueid.net) ในช่วงที่ผ่านมา “พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน ชลบุรี” หรือ “สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา” ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวหลายกลุ่มสามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้ เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มคู่รัก นักเรียนและนักศึกษา ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มเพื่อน และได้รับการรีวิวจากนัก reviewer ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารด้านการตลาดการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผ่านสังคมออนไลน์ FACEBOOK หรือ Instagram โดยเฉพาะจุด Highlight ที่ควรถ่ายรูปที่นัก reviewer จะแนะนำให้นักท่องเที่ยวไปถ่ายรูป ซึ่งเป็นลักษณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่ม GEN-Y จึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

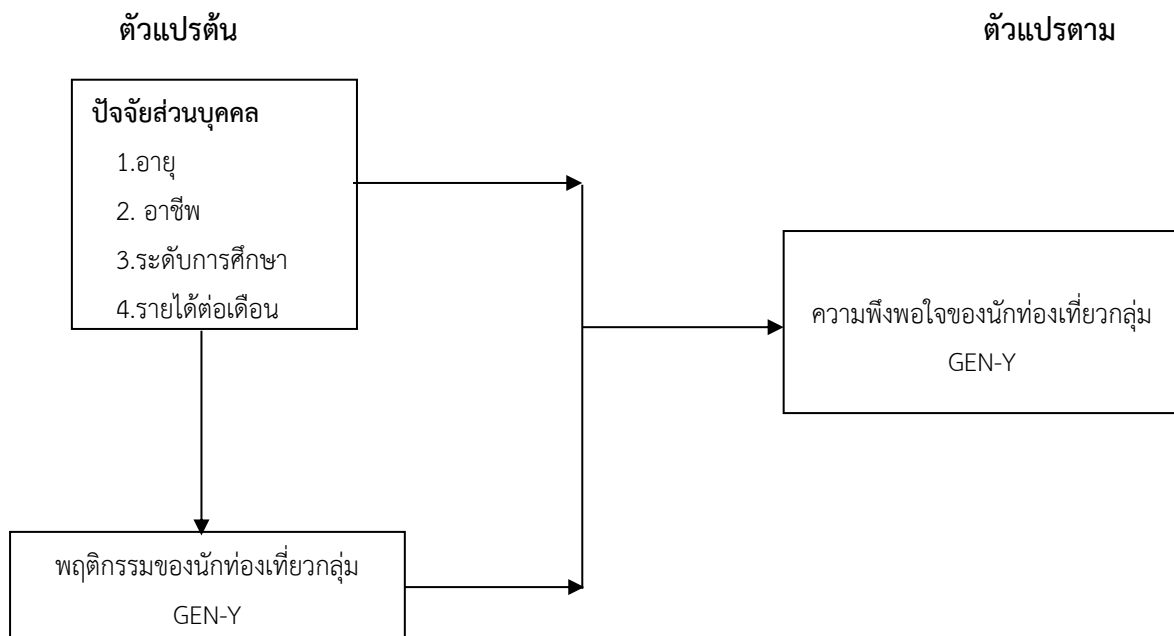
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรม หมายถึงการกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวและไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน และการ กระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ และการคิด ต่างก็เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น (ชัยพร วิชชาวุธ, 2523 : 1 อังอิงใน กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556 : 19)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลในทางบวกความชอบความสบายใจความสุขต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือ เป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบความสบายใจและเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ ปารีชาติ สังข์ขาว (2551 : 8 อังอิงใน น้ำลิน เทียมแก้ว, 2561 : 7)

GEN-Y กลุ่มเจนวายถือเป็นกลุ่มที่มีพ่อแม่เป็นกลุ่มคนที่เกิดหลังยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ถือเป็นยุคที่เศรษฐกิจมีความรุ่งเรือง ทำให้ส่วนใหญ่กลุ่มเจนวายจึงมาจากครอบครัวที่มีความมั่นคงทางฐานะจึงมีการศึกษาสูง มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ความแตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างชัดเจน มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง และค่อนข้างจะเห็นแก่ตัวเองเป็นศูนย์กลาง จึงให้ความสำคัญกับตนเองมากกว่ากลุ่มเจนรุ่นก่อน ๆ มาก มีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศแบบระมัดระวัง นักวิชาการบางท่านนิยามศัพท์ว่าเป็น Gen Net/IGen คือเชี่ยวชาญการสื่อสารทางออนไลน์และเทคโนโลยี เชื้อข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันกลุ่มเจนวายในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว ถือเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของโลก มีกำลังซื้อมหาศาล จึงทำให้ผู้เกี่ยวข้องทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้ความสำคัญ ทำความเข้าใจในพฤติกรรมกรดำเนินชีวิต ที่ส่วนใหญ่มีแนวคิดของตนเองสูงในการดำเนินชีวิตประจำวัน มีความคล่องตัวสูงในการปรับตัวเข้ากับการเจริญทางเทคโนโลยีของโลก เป็นประชากรกลุ่มใหญ่สุดและจะเป็นผู้นำรุ่นต่อไปในการพัฒนาโลกยุคดิจิทัลนั่นเอง (กรมสุขภาพจิต, 2563)

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 : 11 อ้างอิงใน ภัทธีรา ประพตติธรรม, 2559 : 11) ได้ให้ความหมายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่าหมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึง กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวความคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับ 1.พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา 2.ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม GEN-Y ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่บางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวน 2,784,642 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenient Sampling) โดยอาศัยตารางคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% เท่ากับ 400 คน โดยเป็นการแจกแบบสอบถามโดยไม่เฉพาะเจาะจง ขอบเขตแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของแบบสอบถามได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา แบบให้เลือกตามจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดการ และด้านสิ่งดึงดูดใจ/ลักษณะทางกายภาพ

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด , 4 หมายถึง มาก , 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อยและ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การศึกษาจากเอกสาร ได้แก่ บทความทางวิชาการ รายงาน แนวความคิด ทฤษฎี วิทยานิพนธ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรับปรุง และดัดแปลง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการศึกษา

2. กำหนดขอบเขตในส่วนของเนื้อหาในคำถามที่เลือกใช้ เพื่อครอบคลุมตัวแปรต่าง ๆ ที่ได้นำมาใช้ในการศึกษา

3. สร้างแบบสอบถามและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ต่อไป

4. วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม GEN-Y ที่ตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล



5. นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบทั้งหมดเป็นเพศหญิงจำนวน 228 คน (ร้อยละ 57.00) เพศชายจำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.00) มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 262 คน (ร้อยละ 65.50) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน (ร้อยละ 61.50) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,00 บาทจำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.50)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 239 (ร้อยละ 59.75) วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามาเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 345 คน (ร้อยละ 86.25) โดยบุคคลที่เดินทางมาด้วยคือเพื่อน จำนวน 200 (ร้อยละ 50.00) ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางมาเข้าชม คือช่วงกลางวัน จำนวน 277 คน (ร้อยละ 69.25) เห็นด้วยว่าการรีวิวผ่านสื่อออนไลน์ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 267 คน (ร้อยละ 66.75) จุดที่สนใจมากที่สุดในส่วนจัดแสดง แมงกะพรุนพระจันทร์ (Moon Jelly fish) (โซนตู้แสดงปลาที่มีรูปร่างแปลก เช่น ม้าน้ำ ปลาสิงโต แมงกะพรุน) จำนวน 196 คน (ร้อยละ 49.00) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในเดินทางท่องเที่ยว (เฉพาะที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา) ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 230 คน (ร้อยละ 57.50)

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความดึงดูดใจ พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มาเป็นอันดับหนึ่งอยู่ที่ 4.27 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านบุคลากร อยู่ที่ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความดึงดูดใจ อยู่ที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการ อยู่ที่ 4.11 มาเป็นลำดับสุดท้าย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบทั้งหมดเป็นเพศหญิงจำนวน 228 คน เพศชายจำนวน 172 คน มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 262 คน การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,00 บาทจำนวน 206 คน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 239 วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามาเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 345 คน โดยบุคคลที่เดินทางมาด้วยคือเพื่อน จำนวน 200



ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางมาเข้าชม คือช่วงกลางวัน จำนวน 277 คน ผู้ตอบแบบเห็นด้วยว่าการรีวิวผ่านสื่อออนไลน์ผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 267 คน จุดที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y สนใจมากที่สุดในส่วนจัดแสดงแมงกะพรุนพระจันทร์ (Moon Jelly fish) (โซนตู้แสดงปลาที่มีรูปร่างแปลก เช่น ม้าน้ำ ปลาสิงโต แมงกะพรุน) จำนวน 196 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในเดินทางท่องเที่ยว (เฉพาะที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา) ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 230 คน

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา ด้านบุคลากร ด้านการจัดการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความดึงดูดใจ พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มาเป็นอันดับหนึ่งอยู่ที่ 4.27อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านบุคลากร อยู่ที่ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความดึงดูดใจ อยู่ที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการ อยู่ที่ 4.11 มาเป็นลำดับสุดท้าย

ผลสรุปต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GEN-Y ต่อสถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา รายด้าน พบว่า

ด้านบุคลากร พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีความตั้งใจเอาใจใส่ในการให้บริการ รองลงมาคือ มีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลังอย่างยุติธรรมตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการคำแนะนำ และช่วยเหลือ และมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาท และการสื่อสารที่เหมาะสมอยู่ในระดับมากเท่ากัน รองลงมาได้แก่ บุคลากรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและบุคลากรมีความกระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ

ด้านการจัดการ พบว่า ป้ายแสดงนิทรรศการมีความชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมเข้าออก รองลงมาคือ กฎ ระเบียบและการควบคุมตามมาตรการกีดกันโควิด-19 มาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำลีน เทียมแก้ว (2561) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสะอาดเป็นระเบียบเอื้อต่อการเรียนรู้ รองลงมาได้แก่ มีแผ่นป้ายบอกประเภทสิ่งพิมพ์ และที่นั่งอ่านจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ เพียงพอ และพร้อมให้บริการ

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ที่จอดรถเพียงพอมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ พื้นที่ที่มีความสะอาด สะดวก และปลอดภัย รองลงมาคือ มีรถบริการ เดินทางไปมาสะดวก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิรัช เอียสกุล (2557) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำสิรินธร จังหวัดหนองคาย เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่าการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้และรถโดยสาร กรณีศึกษาจุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย - ลาว จังหวัดหนองคายเกี่ยวกับการให้บริการรถตู้และรถโดยสาร และจุฬารัตน์ ละคร (2562)



ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์วีรชนค่ายบางระจัน จังหวัดสิงคโปร์ พบว่า ด้านสถานที่ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจบริเวณอาคารสถานที่ที่มีความเหมาะสมสะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นพื้นที่จอดรถมีเพียงพอและปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุดและอันดับท้ายมีแผนผังป้ายสื่อเส้นทาง

ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีห้องจัดแสดงที่น่าสนใจมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการจัดวางรูปแบบการนำเสนอของพิพิธภัณฑ์ รองลงมาคือพิพิธภัณฑ์และการจัดแสงสว่างในพิพิธภัณฑ์ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌนาภาญ จิรเจริญพรกุล (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจต่อนิทรรศการ ตมย้ากุงวิทยา วิชานี้อ่าเลียนของ มิวเซียมสยาม ที่พบว่าความพึงพอใจในด้านศิลปะการจัดนิทรรศการอยู่ในระดับมาก ในประเด็นพึงพอใจที่แสงสว่างภายในนิทรรศการเหมาะสมกับการจัดแสดง ไม่มีมืดหรือสว่างจนเกินไป พึงพอใจที่นิทรรศการ มีการตกแต่งสวยงาม พึงพอใจที่ตัวอักษรและการใช้สีของบอร์ดจัดแสดงมีความสวยงามเหมาะสมกับเนื้อหา พึงพอใจที่วัตถุจัดแสดงในนิทรรศการน่าสนใจ สามารถจับต้องได้ พึงพอใจที่การวางบอร์ดจัดแสดงพอดีกับระดับสายตา และพึงพอใจที่สื่อวีดิทัศน์ในนิทรรศการช่วยดึงดูดให้สนใจเนื้อหาที่น่าสนใจตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ (แนวทางการพัฒนา)

ด้านการจัดการ เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด 19 ทำให้บางโซนมีการปิดปรับปรุงหรือปิดให้บริการ จึงดูเหมือนร้าง หากสถานการณ์โควิด 19 คลี่คลาย ควรทำการปรับปรุงพื้นที่โดยเร็วที่สุดเพื่อความสวยงามและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ลักษณะทางกายภาพ พบว่าบางส่วนปิดแสดงหรือปิดป้ายกำลังปรับปรุงจึงควรเร่งแก้ไขห้องจัดแสดงให้มีความครบถ้วน มีการพัฒนาส่วนจัดแสดงอาจจะเป็นรูปแบบ 3 มิติ หรือการเข้าชมแบบผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับคนยุคใหม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th>

[/more_news_new.php?cid=630](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=630)

กรมสุขภาพจิต. (2563). Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th>

[/news/view.asp?id=1251](https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251)

กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัด

สมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ บธ.ม (การจัดการการตลาด). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.



- ชนากาญ จิระเจริญพรกุล. (2559). ความคาดหวัง พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจต่อนิทรรศการ
ตั้มยำกุ้งวิทยา วิชานี้อ่าเขียน ของมิวเซียมสยาม. การค้นคว้าอิสระ ว.ม. (การบริหารสื่อสาร
มวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฬารัตน์ ละมุด. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์
ประวัติศาสตร์วีรชนค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. วารสารวิชาการ Lawarath Social E-
Journal, 1(2), 31-42.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). เทียวไทย แบบ New Normal ให้นุ้ก และปลอดภัย. สืบค้นจาก
<https://www.thairath.co.th/news/society/1929813>
- น้ำลิน เขียมแก้ว. (2561). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. มหาสารคาม : สำนักวิทยบริการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภัทธีรา ประพฤติธรรม. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องตุ้มกาแพ
พร้อมตุ้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการตลาด). กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยสยาม.
- สิริวงษ์ เอียสกุล. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำสิรินธร จังหวัดหนองคาย
เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารวิชาการ ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์
และศิลปะ Veridian E-Journal. 7(3), 930-944.
- Sanook.com. (2563). คุณเกิดในเจนเนอเรชั่นไหน มาดูความแตกต่างของคนแต่ละเจนกัน. สืบค้นจาก
<https://www.sanook.com/campus/1401267/>
- Taro Yamane. (1970). *Statistic: An Introductory Analysis* (2nd ed). New York: Harper &
Row.
- Trueid.net. (2563). ท่องโลกใต้ทะเล One Day Trip ใกล้กรุงเทพฯ ที่ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสนชลบุรี.
สืบค้นจาก <https://travel.trueid.net/detail/rYOj6MNp4aKl>