



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

FACTORS INFLUENCE IN SELECTING ACCOMMODATION IN KOH SAMUI DISCRICT, SURAT THANI PROVINCE OF THAI TOURIST

จิตติกาญจน์ ทวยเจริญ

Thitikarn Tuaycharoen

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปพำนักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามที่แจกโดยวิธีเจาะจงคนไทยที่เคยไปพำนักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequencies), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (T-Test) และ ไคร้สแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางด้านสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกระดับอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และ อิทธิพลในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งช่วยพัฒนาประเทศไทยไปแล้ว และส่งผลให้มีศักยภาพในการทำรายได้สูงให้กับประเทศ ดังนั้นเราจึงต้องเล็งเห็นความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และจะต้องเร่งดำเนินการพัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และรวมไปถึงการให้บริการที่มีมาตรฐานระดับสากล โดยให้ความสำคัญเน้นที่เอกลักษณ์ความเป็นไทย และใช้วัฒนธรรมไทยมาเป็นจุดขาย ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย และเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากทั่วโลก รวมถึงการกำหนดเป้าหมายแนวทางในการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการให้มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นจึงทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายๆประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพื่อรักษาระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวไว้ ทั้งนี้เมื่อประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวก็ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้และได้รับเงินตราจากต่างประเทศ และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนเพื่อเลี้ยงตนเองได้

อำเภอเกาะสมุย ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอำเภอที่เป็นหมู่เกาะกลางอ่าวไทยมีเกาะเล็กเกาะน้อย ตั้งอยู่มากมายนับร้อยๆเกาะ ซึ่ง พื้นที่ 1 ใน 3 ของเกาะเป็นที่ราบล้อมรอบด้วยภูเขา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งทางฝั่งทะเลอ่าวไทย และเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับสามของประเทศไทยรองจากเกาะภูเก็ตและเกาะช้าง ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงที่คลื่นลมสงบเหมาะแก่การท่องเที่ยวมากที่สุด เดิมเกาะสมุยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งปลูกมะพร้าว และปัจจุบันได้กลายเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว และพักผ่อน มีหาดที่เป็นชื่อเสียงและโด่งดังของเกาะสมุย คือ หาดเฉวง ส่วนหาดที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นอันดับรองลงมา คือ หาดละไม หาดเชิงมนต์ แหลมโจรครำ หาดท้องยาง หาดหน้าทอน หาดพังกา และหาดตลิ่งงาม แต่อีกมุมหนึ่งจะมีหาดพังกาถึงแม้ว่าจะไม่เด่นในเรื่องชายหาดแต่หาดพังกานั้นกลับเป็นจุดที่ชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามที่สุดในเกาะสมุยเลยทีเดียว

เกาะสมุยยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้นๆ ของเมืองไทยอีกแห่งหนึ่ง และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก เพราะมีธรรมชาติอันงดงาม อีกทั้งยังเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ ทั้งที่พักจำนวนมาก การคมนาคมที่สะดวก และมีสนามบินอยู่บนเกาะ ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และเติมเต็มให้เกาะแห่งนี้เป็นแหล่ง



ท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ ปัจจุบันเกาะสมุยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของทะเลอ่าวไทยตอนใต้ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลไปเยี่ยมเยือนปีละหลายล้านคน

ด้วยเหตุจากข้อมูลข้างต้นนี้ผู้วิจัยได้เห็นถึงโอกาสที่เกิดขึ้นจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีจำนวนที่พักเพิ่มขึ้นเห็นได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจที่พัก ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การแข่งขันทางการตลาด ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่พัก ที่ต้องการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักหรือใช้บริการนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริการ ปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก และรองรับการเติบโตในอนาคตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าเพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย ในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานในการวิจัย

1. สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจ 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กายภาพและการนำเสนอ และกระบวนการ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการทำวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยพิจารณาจาก7ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ
2. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่ ดำเนินการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี



3. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาการทำวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างเดือน มกราคม - เมษายน 2561

นิยามศัพท์การวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลชาวไทยที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่ของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ และด้วยวัตถุประสงค์นั้นไม่ใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้

ที่พัก หมายถึง สถานที่พำนักของนักท่องเที่ยวไทย เพื่อใช้อาศัยในระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยว มีบริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม และรวมไปถึงห้องประชุมสัมมนา งานจัดเลี้ยง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทที่พักตามระดับหรือเกรดของห้องพักตั้งแต่2-5ดาว ซึ่งแยกประเภทต่างๆได้ดังนี้

โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พัก อาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า "แขก" (guest)

ที่พักแรม (Lodging) หลังจากการท่องเที่ยวอย่างอาศัยและเดินทางเหน็ดเหนื่อยในแต่ละวัน ทวีร์บางประเภทอาจให้ความสำคัญกับการอยู่ในที่พัก มากกว่าการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ ที่พักแรมสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ได้แก่

โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels) บุคคลที่ต้องการพักผ่อน หรือใช้เวลาช่วงวันหยุดพักผ่อนประจำปี จะเลือกพักยังโรงแรมประเภทนี้ ซึ่งโดยมากโรงแรมจะตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติ หรือเป็นทำเลซึ่งอยู่ห่างไกลจากชุมชน มีวิวทิวทัศน์สวยงาม เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่าง

โฮสเทล (Hostel) คือ ที่พักนักท่องเที่ยวราคาประหยัดที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ ห้องบางแห่งจะแยกห้องพักสำหรับผู้หญิงไว้คนละส่วนเพื่อความปลอดภัยและสบายใจระหว่างเข้าพักใช้ห้องน้ำร่วมกันแต่ก็มีบางส่วนที่อาจเป็นห้องพักเดี่ยว

บังกะโล (Bungalow) เป็นที่พักลักษณะก่อสร้างเป็นหลัง ๆ ราคาเช่าที่พักจะไม่รวมอาหารเช้า มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีจัดไว้ตามอัธยาศัย

เกสต์เฮ้าส์ (Guest House, Pension, Boarding House) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่นำเอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแรม โดยเก็บค่าเช่า มักอยู่ในย่านชุมชนในเมืองใหญ่ ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อัตราค่าที่พักค่อนข้างต่ำ

ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องในการเลือกใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย7ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ

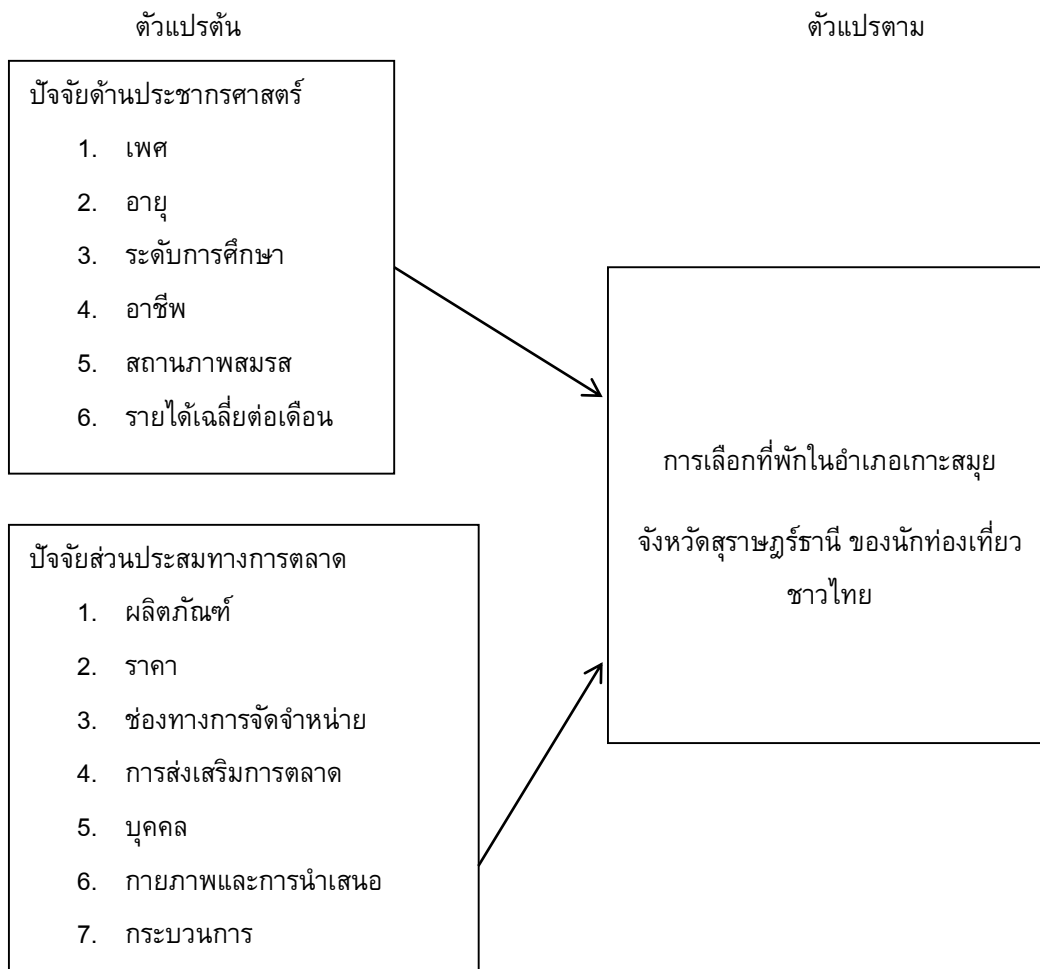


การเลือกใช้บริการ หมายถึง การที่บุคคลตกลงเลือกใช้บริการของธุรกิจ โดยอาศัยข้อมูลข่าวสารที่มาจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกที่พักร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อทราบถึงแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวและพักรวมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรอบแนวคิดงานวิจัย





บททวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของสถานที่ที่ได้ทำงานวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า โดยจัดแบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการลูกค้า
- 2.ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Marketing Mix : 7'Ps)
- 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการลูกค้า

ธรรีธร (2560) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนไปสู่ความพึงพอใจได้

คำนาย (2557) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

ธรรีธร (2560) กล่าวว่าว่าการตลาดในยุคแรกจะเน้นที่การผลิตและตัวสินค้าเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ได้รับการยอมรับของลูกค้า การผลิตได้สินค้าให้มากขึ้นเพื่อทำให้เกิดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำ การสร้างสินค้าให้เป็นที่รู้จัก แต่ในปัจจุบัน กลยุทธ์การตลาดจะเน้นควบคู่ไปกับการบริการ สาเหตุมาจากมีจำนวนผู้ผลิตสินค้าเข้ามาแข่งขันจำนวนมาก ดังนั้นการบริการจึงเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มประโยชน์ของสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุณค่า ซึ่งธุรกิจด้านที่พัก จะมีการให้บริการและการขายสินค้าปะปนกัน โดยจะเน้นอย่างใดอย่างหนึ่งมากกว่า



ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Marketing Mix : 7Ps)

คิวทรี (2555) ได้อธิบายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Marketing Mix : 7Ps) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการ (Hospitality) เพราะว่าธุรกิจอุตสาหกรรมบริการนั้นมีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจึงจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป การจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีดังนี้

P ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในที่นี้หมายถึงสินค้า (Goods) และบริการ (Service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

P ที่ 2 ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้แก่ผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจจะต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ การกำหนดราคานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับธุรกิจเดียวกันและลูกค้าสามารถซื้อได้

P ที่ 3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้แก่ลูกค้าในเวลาที่ต้องการ ซึ่งมีรูปแบบแตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นสื่อกลางในการส่งสินค้า หรือบริการให้ลูกค้า กลยุทธ์ในด้านนี้จะต้องพิจารณาตำแหน่งทำเลที่ผู้คนมาใช้บริการ (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

P ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง กำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ราคาและข้อมูลอื่นๆของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย

P ที่ 5 ด้านพนักงาน (People) หมายถึง การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการให้มาก

P ที่ 6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence) หมายถึงการออกแบบผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสำนักงาน สิ่งต่างๆทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยที่เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ อาคารธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลิฟท์ บันได จอดรถ สวน หอรั้ว การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ



P ที่ 7 กระบวนการ (Process) หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องการรอคอยนานทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวและพักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 365,430 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามคำถามปิด (Closedform Question) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำขึ้น ประกอบด้วยชุดคำถามที่มีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 3 ส่วนเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closedform Question) แบบเลือกตอบ (Check List) โดยมีแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย

- เพศ เป็นการวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- อายุ เป็นการวัดข้อมูลระดับอันดับ (Ordinal Scale)
- ระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลระดับอันดับ (Ordinal Scale)
- อาชีพ เป็นการวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- สถานภาพ เป็นการวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นการวัดข้อมูลระดับอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P'S) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล



ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ โดยมี การใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 28 ข้อ เป็นการวัดความรู้สึที่แท้จริงของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P'S) ในด้านต่างๆ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พิกของนักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญ 5 ระดับ

การสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัยในงานวิจัยเพื่อการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเนื้อหาและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 กำหนดขอบเขตในส่วนของเนื้อหาของคำถามที่จะใช้เพื่อครอบคลุมตัวแปรต่างๆที่ได้นำมาใช้การศึกษา และยังมีลักษณะตามคุณสมบัติที่ดีของการสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 สร้างแบบสอบถาม เรียบเรียง และ นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแก้ไข ทั้งข้อคำแนะนำ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วน

ส่วนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อตรวจหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 200 คน และรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for the Social Sciences) เขียนนำเสนอรายงานผลการทดสอบ และใช้วิเคราะห์ประเมินผลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษา ในรูปแบบของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้



1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาแล้ว ทำการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยไปท่องเที่ยวและพักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 ชุดคำถาม โดยการให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถามและรอรับแบบสอบถามคืนมา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ เอกสาร ตำรา วิชาการ รายงาน วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระของผู้อื่นที่มีการศึกษาในอดีต รวมถึงแหล่งสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการอ้างอิงของการวิจัยครั้งนี้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เคยไปท่องเที่ยวและพักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P'S) ในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ โดยการแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เดินทางมาพักกับใคร จำนวนวันที่เข้าพักต่อครั้ง ความถี่ในการเข้าพักต่อปี ราคาห้องพัก วิธีการจองห้องพัก ส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และทำเลที่ตั้งของที่พัก โดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

สรุปผลการศึกษาวิจัยของการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านลักษณะทางเพศ พบว่า เพศมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมากับใคร ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก



บัจจยด้านลักษณะทางเพศ พบว่า เพศไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ และ ด้านราคาห้องพัก

สมมติฐานที่ 2 บัจจยด้านลักษณะด้านอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บัจจยด้านลักษณะด้านอายุ พบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่ พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 3 บัจจยด้านลักษณะทางระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บัจจยด้านลักษณะทางระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี และด้านส่วนในการ ตัดสินใจเลือกที่พัก

บัจจยด้านลักษณะทางระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 4 บัจจยด้านลักษณะทางอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บัจจยด้านลักษณะทางอาชีพ พบว่า อาชีพมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคา ห้องพัก และด้านวิธีการจองห้องพัก



ปัจจัยด้านลักษณะทางอาชีพ พบว่า อาชีพไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก และด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านวิธีการจองห้องพัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้
สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก



สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ราคาไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านวิธีการจองห้องพัก ด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ และด้านราคาห้องพัก

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย



บัจจยด้านบุคคล พบว่า บุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก และด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก

บัจจยด้านบุคคล พบว่า บุคคลไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

สมมติฐานที่ 12 บัจจยด้านกายภาพและการนำเสนอที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บัจจยด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า กายภาพและการนำเสนอมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก ด้านวิธีการจองห้องพัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก

บัจจยด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า กายภาพและการนำเสนอไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก และด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก

สมมติฐานที่ 13 บัจจยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

บัจจยด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเดินทางมาพักกับใคร ด้านจำนวนวันที่ท่านเข้าพัก ด้านประเภทที่พักที่ใช้บริการ ด้านราคาห้องพัก และด้านส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก

บัจจยด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความถี่ในการเข้าพักต่อปี ด้านวิธีการจองห้องพัก และด้านทำเลที่ตั้งของที่พัก



การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ทำการวิจัยจะอภิปราย ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 200 คน ครั้งนี้พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในการเลือกที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับมากที่สุด สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก เช่น ห้องอาหาร สปา สระว่ายน้ำ ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่นเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักระดับเดียวกัน ที่มีการการเดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับโปรโมชั่นตามฤดูกาล ด้านบุคคลพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง ด้านกายภาพและการนำเสนอบรรยากาศรอบ ๆ บริเวณที่พัก ด้านกระบวนการนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมีการกล่าวทักทายและต้อนรับเมื่อท่านมาถึงที่พัก ส่วนใหญ่เดินทางมาพักกับครอบครัว จำนวนที่เข้าพักต่อครั้ง 3-7 วัน ความถี่ในการเข้าพักต่อปี 1-2 ครั้งต่อปี ประเภทที่พักส่วนใหญ่เป็นรีสอร์ท ช่วงราคาห้องพักอยู่ราคา 701-1000 บาทต่อคืน วิธีการจองห้องพักล่วงหน้าในการเข้าพักจะผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก และเลือกทำเลที่ใกล้ทะเล / ชายหาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนาตยา (2555) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อปี 30,001-40,000 ดอลลาร์สหรัฐ และจะเลือกโรงแรมราคาประมาณ 80.86 – 113.15 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่มีการจองที่พักล่วงหน้าผ่านโทรศัพท์ด้วยตนเอง และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ (2554) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่นั้นเป็นเพศชายที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและยังไม่ได้ประกอบอาชีพ มีได้รายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 2000 เหรียญสหรัฐนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางเดินทางมายังเกาะพะงันมากับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 1-5 วัน ส่วนใหญ่มาครั้งแรก วัน โดยมีการวางแผนเดินทางมาด้วยตนเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี (2554) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานครโดยทำการวิจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากน้อยไปหามากได้แก่ ด้านที่พักและบริการ ด้านสถานที่หรือช่อง



ทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ก้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับสูง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำรงชีวิตของผู้วิจัย โดยอันดับแรกขอกล่าวขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.นลิน ตั้งพานิชย์ ที่ได้ชี้แนะแนวทางการทำงานวิจัยที่ผู้วิจัยประสบพบเจอในการทำวิจัยครั้งนี้ด้วยความเมตตา ตลอดจนตรวจทาน แก้ไขข้อบกพร่องและชี้แนะแนวทางการบูรณาการ เพิ่มเติมองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้วรรณกรรมของผู้วิจัยมีความสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งถึงความเมตตากรุณาจากที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้มอบให้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่าน และขอขอบพระคุณโครงการธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้ประกอบการยุคใหม่ (ME7) ที่แนะนำและให้ความรู้พื้นฐานของการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมไปถึงการประสานงาน และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกชุดอย่างตั้งใจทำให้ผลการวิจัยออกมาอย่างถูกต้อง ซึ่งส่วนนี้เป็นส่วนที่มีความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณะเพื่อน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและแนะนำแนวทางจนสามารถทำให้ การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ พี่น้องทุกคนที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาความรู้ทางวิชาการ และพัฒนาทักษะทางด้านความคิด และให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาเสมอมา

สุดท้ายนี้ความรู้และประสิทธิผลที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีงามเหล่านี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2560). สรุปลสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางและพักแรมภายในประเทศ ปี 2559.

ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561.

จากhttp://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8811



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2560). สรุปสถิติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางและพักแรมภายในประเทศ ปี 2559. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8811

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2560). สรุปสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางและพักแรมภายในอำเภอเกาะสมุย ปี 2559. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8817

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2560). สรุปสถิติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางและพักแรมภายในอำเภอเกาะสมุย ปี 2559. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8817

คำนาย อภิรัชญาสกุล. (2557). การบริการลูกค้า (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชซิ่ง.

คำนาย อภิรัชญาสกุล. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชซิ่ง.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). ธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธรีร์ธร ธีรขวัญโรจน์. (2560). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

นภาพรรณ คณานุรักษ์. (2559). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ทริปเฟลด์ กรุ๊ป.

นภาพร เลาสวัสดิ์. (2557). เที่ยวสมุย (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บีวาว แฟมิลี่.

นันทาสรี สุขโค. (2557). การตลาดระดับโลก (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



นนทสารี สุขโค, เพ็ญสิน ชวนะคุรุ และคณะ. (2558). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:

เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

นาคยา เจริญผล. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปและชาวเอเชีย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2555). การบริหารคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: เพ็รินทร์ข้าหลวง

พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ปรีชา อัครโกศลชัย. (2560). 7Ps ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561.

จาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=619>

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2556). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พรินท์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ท็อป

สมชาติ กิจยรรยง. (2559). การตลาดไร้กรอบ เทคนิคเพื่อการค้ารู้เท่าทันการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สมาร์ทไลฟ์.

สุดาพร กุณทลบุตร. (2558). หลักการตลาดสมัยใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะ

พะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



อรุณี ออมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่

พักในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

MarketingOops, (2558). Customer Journey. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561 : ออนไลน์

จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/from-old-consumer-journey-to-multi-journey/>