

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก ประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Influencing the Hotel and Resort Rental Decision of Thai Tourists in Thung Song District Nakhon Si Thammarat Province

จุฑารัตน์ หิรัญวัฒนสุข

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการและประสบการณ์การเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการที่พัก ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่เคยใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตพื้นที่อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่มีความน่าจะเป็น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วย สถิติที และสถิติเอฟ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนและใช้วิธีแอลเอสดี และสถิติไคสแควร์ ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 25,000 บาท นิยมใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม เดินทางมาพักจำนวน 4 ครั้งขึ้นไป เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1-2 คน ระยะเวลาที่เข้าพัก 1-2 วัน ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พัก น้อยกว่า 1,000 บาทต่อ 1 คืน ใช้วิธีการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์และมีการตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตัวเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีพฤติกรรมและประสบการณ์การเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน การเลือกที่พัก จำนวนครั้งที่มาเข้าพัก จำนวนคนที่มาเข้าพัก ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายค่าบริการต่อ 1 คืน วิธีการจองห้องพัก และผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก อายุมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ/การบริการ และด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ/การบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล, พฤติกรรมการใช้บริการที่พัก, ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) To study personal factors that affect behavior and experience in choosing accommodation of hotels and resorts in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. 2) To study the marketing mix of using accommodation business's service in category of hotels and resorts in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. The quantitative research Collect data by using questionnaires from Thai tourists traveling to use the accommodation in Thung Song District Nakhon Si Thammarat Province that used to use accommodation in hotels and resorts In Thung Song district Nakhon Si Thammarat Province, 400 people from random sampling without probability. The research statistic tools that were used to analysis the data were frequencies, percentage, mean, and standard deviation. The assumptions were tested by t-test, F-test according with analysis of variance and least significant difference (LSD) , Chi-square (χ^2).The result found that most of the respondents were male, single, age 26 - 35 years old, civil servant / state enterprise employee and have an average monthly income of less than 25,000 baht. Most of tourists are Traveling about more 4 person. Period of stay is 1-2 days. Accommodation price less than 1,000 baht/night. Reservation method is website. And There is a decision to choose the accommodation by yourself and were at .05 level of significance.The results of the hypothesis testing found personal factors have behavior and experience in choosing to use accommodation in hotels and resorts In Thung Song District Nakhon Si Thammarat Province is different Significantly is 0.05 Personal factors (sex, age, marital, education, occupation and slary) related to the marketing mix of using accommodation business's service in category of hotels and resorts in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province in price factors, people factors, physical factors and process factors Significantly is 0.05

Keywords: personal factors, behavior of using accommodation services, marketing mix

บทนำ

การท่องเที่ยว เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ธุรกิจบริการถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังช่วยกระจายรายได้และ ความเจริญไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ ก่อให้เกิดการขยายโอกาสด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพในการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น และรายได้จากการท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ เกิดการลงทุน ขยายกิจการเพื่อสร้างความหลากหลายในธุรกิจบริการ (วริศรา วาริชาวัฒน์ และ ดร.กุลเชษฐ์ มงคล.2556 : 109) ธุรกิจหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว และเป็นหัวใจหลักของธุรกิจบริการ นั่นก็คือ ธุรกิจที่พัก ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกบริการตามความต้องการ สำหรับธุรกิจที่พักนั้น ได้มีการเติบโตไปพร้อมๆ กับการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำธุรกิจมีการขยายไปอีกในหลายรูปแบบ เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ โฮมสเตย์ บังกะโล เป็นต้น ธุรกิจที่พักโรงแรมต่างๆ ทุกภูมิภาคยังคงมีการแข่งขันกันทั้งในด้านคุณภาพการบริการ บรรยากาศที่พักต่างๆ การแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรมเป็นไปอย่างรุนแรงขึ้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) กล่าวว่า แม้สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในปี 2559 และส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการ ให้บริการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ธุรกิจโรงแรมก็ยังเผชิญแรงกดดันจากจำนวนผู้ประกอบการโรงแรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ลงทุนก่อสร้างโรงแรม ซึ่งเล็งเห็นโอกาสในการลงทุนธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ต่างๆ ที่มีระดับการให้บริการตั้งแต่โรงแรมระดับห้าดาว สี่ดาว ไปจนถึงสามดาวลงมา ผู้ประกอบการโรงแรมในตลาดขยายธุรกิจอย่างระมัดระวัง โดยการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงแรม

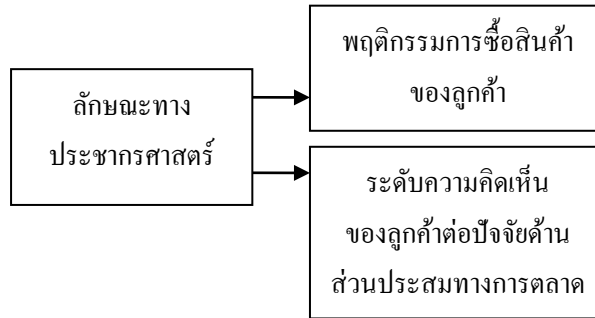
ที่เป็นไปอย่างรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงแรมแต่ละกลุ่มปรับกลยุทธ์ในรูปแบบแตกต่างกัน ปัจจุบันผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ ยังให้ความสำคัญกับการกระจายการลงทุนธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศเพื่อเปิดตลาดใหม่ ๆ และบรรเทาการพึ่งพิงรายได้จากธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเป็นหลัก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากการให้บริการอื่นๆ สำหรับธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กเผชิญความท้าทายด้านการแข่งขันจากบริการที่พักประเภทอื่นๆ เช่น คอนโดมิเนียม บ้านพัก เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น ซึ่งตั้งราคาที่พักร่วมกับโรงแรมระดับสามดาวลงมาและ รีสอร์ท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก โดยนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเช่าที่พักทั้งจากเจ้าของโดยตรง และผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลาง อย่างตัวกลางที่เป็นเครือข่ายจับคู่ระหว่างเจ้าของที่พักและนักท่องเที่ยว และตัวกลางให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agent) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) กล่าวถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมและห้องพักในอนาคต โดยการออกไปอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรมทั่วประเทศในช่วงสามไตรมาสแรกของปี 2559 ที่อยู่ 1,936 อาคาร เพิ่มขึ้นจากในช่วงสามไตรมาสแรกของปี 2558 ถึงร้อยละ 68.51 สะท้อนถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมและห้องพักในอนาคตที่จะส่งผลให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจบริการประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น พฤติกรรมของลูกค้า และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับการให้บริการของร้านค้า เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจเพื่อให้อยู่รอดในการแข่งขันทางด้านที่พักในปัจจุบัน และให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จะนำมาซึ่งผลการเจริญเติบโตทางธุรกิจให้มีความมั่นคงต่อไป ผู้วิจัยในฐานะที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจนำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระบบการบริการของโรงแรมและรีสอร์ท ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการประกอบธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่เกี่ยวข้องให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ รายได้ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระบบการบริการของที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท รวมทั้งการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการประกอบธุรกิจประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7 Ps ตามแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2003: 16) และยูพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2549) และศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้ำ ตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 124-151) และอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 160-166) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมและประสบการณ์ การเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ท นักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงแรมและรีสอร์ทส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในเขตอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้แนวคิดของตารางเทียบประชากร Yamane's formula of sample size (1967) ในการคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง ซึ่งได้ตัวอย่าง จำนวน 400 คนโดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่มีความน่าจะเป็น โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยจะสอบถามจากประชาชนที่ทำอาภาศยาน จังหวัดนครศรีธรรมราช สถานีรถไฟอำเภอทุ่งสงและสถานีขนส่งอำเภอทุ่งสง โดยใช้วิธีแบบบังเอิญ โดยให้สัดส่วนในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนแหล่งละ 133 คน รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ด้วยแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการที่พัก จำนวน 7 ข้อ โดยแบบสอบถามตอนที่ 1-2 คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ/การให้บริการ และด้าน

สภาพแวดล้อม จำนวน 36 ข้อ โดยแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1932: 16-20) และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและรายละเอียดของแบบสอบถาม รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการที่พัก โดยการหาความถี่ (Frequencies) และร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean, \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำการแปลความหมายตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2545: 103)

2. ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ สถิติที (t-test) และสถิติเอฟ (F-test) โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) และไคสแควร์ (Chi-Square, χ^2)

ผลการวิจัย

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช กับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ พบว่า โดยรวม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและ รีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

เพศ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ/การบริการ และด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ/การบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจควรอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมและประสบการณ์ในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้หญิงมีคะแนนเฉลี่ยในพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย

2. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

เพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักใน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัย อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในเรื่องเพศที่แตกต่างกันจะพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พัก

อายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ/การบริการ และด้านสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา เจริญผล (2555) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย ในเรื่องอายุนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันจะพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระดับการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัย อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ระดับการศึกษาที่ต่างกันจะพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

ในส่วนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ/การบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา เจริญผล (2555) ในเรื่องของอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับงานวิจัย อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ในเรื่องรายได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการที่พักประเภท โรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประกอบการตัดสินใจ ในการพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการของที่พัก รวมถึงผู้ที่สนใจ ทำธุรกิจด้านที่พักเพื่อใช้แนวทางใน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

1. ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของที่พักผ่านทางระบบออนไลน์ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ ต้องการความ สะดวกสบายและความรวดเร็วในการจองที่พัก ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย รวมถึงการตั้งราคาให้มีความ สมเหตุสมผลในการใช้บริการที่พัก ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาถึงกระบวนการต่างๆ ให้ครอบคลุมและ หลากหลาย และมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก/ที่พักรวมถึง เครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ ตู้เย็นและอื่นๆ จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่ พักได้ง่ายขึ้น

2. ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการดูแลความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พักให้ดีอยู่เสมอ มีจำนวน ห้องพักที่เพียงพอ รวมถึงการที่ที่พักมีทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น มีการจัดสวนหย่อม ให้บรรยากาศร่มรื่น จะช่วยสร้าง ความประทับใจได้ตั้งแต่ครั้งแรกและทำให้นักท่องเที่ยวสนใจใช้บริการ ซ้ำเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

3. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาพนักงานโดยให้มีการอบรมและสร้างมาตรฐานในการ ให้บริการ การที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ มีการบริการด้วย ความรวดเร็ว สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีทักษะใน การให้บริการที่ดีสามารถช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ และควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย อย่างสม่ำเสมอ มีโปรโมชั่นราคาที่เหมาะสม เช่น รวมอาหารเช้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมนอกจากการแจกแบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย ชัดเจนและเฉพาะ เจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการกระจายการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมในทุกช่วงฤดูกาลตลอดทั้งปีทั้งในช่วง เทศกาลท่องเที่ยวและ ไม่ใช่ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำมากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเฉพาะด้าน และควรเพิ่มวิจัยประเภท เชิงคุณภาพเข้าไปด้วยเพื่อให้ได้ทราบถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่งที่งานวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถให้ คำตอบได้ เช่น การรับรู้ที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการเข้าพักแรม เพื่อเปรียบเทียบกันว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวก่อนการ เข้าพักและหลังการเข้าพักมีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด ตรงกับที่คาดหวังไว้หรือไม่

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีจากความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ (BUS 7096) รองศาสตราจารย์ ดร. สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้ที่ถูกต้องตามกฎเกณฑ์ในการศึกษาและการทำงานวิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ประชากรที่ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัยจนทำให้การดำเนินการวิจัยประสบผลสำเร็จด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจสนับสนุน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือและปรารภนาดีต่อผู้วิจัยตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือจาก มิตรสหายอีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้ครบถ้วนจึงขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

คุณประโยชน์ใดพึงจะเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแต่บิดา มารดา และบูรพคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

นางสาวจุฑารัตน์ หิรัญวัฒน์สุข

บรรณานุกรม

- ชนิษฐา วีรวัชรน์วิชย์. (2544). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำการเกษตรแบบผสมผสานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านโป่ง จำกัด จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2541). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาศรี เทิกขุนทด. (2551). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุ้มมงคลาราม (วัดโพธิ์)**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). **ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิคม จารุณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นภัทร ไตรเจตน์. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นาดยา เจริญผล. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชชมงคลธัญบุรี.
- นารินทร์ พักเฟื่องบุญ. (2554). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์จำหน่าย เอส บี ดีไซน์ สแควร์ ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาสกร อักกะโชติ. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมรายวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรากร ชมพูนุช. (2553). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกโรงแรมที่พัก และรีสอร์ท ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี**. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2549). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุพดี เสดพรณ. (2543). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: พิเศษการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ เอ็น การพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World. _____.
- _____. (2546). **การบริหารการค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

วรรณ วลัยวานิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร-
วิโรฒ ประสานมิตร.

วาริชต์ มัชยมบุรุษ. (2551). *รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวชาว
ญี่ปุ่นในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้ บริการที่
พักในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ ,มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Edwards, W.; & Tversky, A. (1967). **Decision Making: Selected Readings**. Harmondsworth: Penguin.

Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.