

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา  
เป็นสถานที่จัดประชุม

The Marketing Mix Influences Decision Making on Choosing a Hotel in Songkhla  
Province for Conference

รัชฎาภรณ์ จรเอียด Ratchadaporn Jom-iad<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของ โรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม 3) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม และ 5) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้จัดงานประชุมสัมมนา หรือจัดเลี้ยงที่เคยใช้บริการ โรงแรมคุ้มไทรงาม จังหวัดสงขลา จำนวน 150 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-test) ทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยมีการจัดประชุม 1 วัน หรือน้อยกว่าต่อครั้ง ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม น้อยกว่า 50 คนต่อครั้ง มีรูปแบบในการจัดประชุมเป็นการประชุมสัมมนา มีความถี่ในการจัดประชุม 1-2 ครั้ง/ปี ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือตำแหน่งสูงสุดกว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถาม และส่วนใหญ่มีการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุม โดยเดินทางไปติดต่อคู่สถานที่ที่โรงแรมด้วยตัวเอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลาที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่จัดประชุมมีความปลอดภัย รองลงมา คือ โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ท่านต้องการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถูกเตรียมความ

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) วิชาเอกบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พร้อมอยู่ภายในพื้นที่ของโรงแรม นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ วัตถุประสงค์ในการจัดประชุม รูปแบบในการจัดประชุม และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการโรงแรมใน จังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้าน โปรแกรม การจัดงาน สำเร็จรูป มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุมโดยสามารถอธิบาย ระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 37.2

**คำสำคัญ:** ส่วนประสมการตลาด, การเลือกใช้บริการโรงแรม, สถานที่จัดประชุม

### Abstract

This research aimed to 1) observe the behavior on choosing a hotel in Songkhla province for a conference, 2) study the signification of the marketing mix toward the choosing a hotel in Songkhla for a conference, 3) understand the extent of opinion toward the choosing a hotel in Songkhla for a conference, 4) compare the opinion toward the choosing a hotel in Songkhla for a conference which classified accordingly to personal information and behavior of choosing hotel venue for a conference, and 5) explore the marketing mix influenced the choosing a hotel in Songkhla for a conference. Samples were 150 conference or reception organizers who held an event at Khum Sai Ngam hotel, Songkhla. The statistical tools were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test with One-Way ANOVA, and Multiple Linear Regression.

The finding revealed that the purposed to conduct conferences was to educate, train, and extend knowledge, experiences, and skills to the participants. Usually, a conference held for a day or less, approximately 50 participants or less, was conducted in the pattern of seminar conference which held once or twice a year, the decision-makers were from the executive position and mostly paid a visit to the venue choosing by themselves. The samples were significantly influenced by the 8Ps marketing mix of the conference's venue hotel. The in-depth study showed that the personal factor had the most influent followed by price, physical evidence, process, product, program management, promotion, and place respectively. Also, the samples had a high level of opinion toward choosing the hotel in Songkhla for a conference. The most concern was the safety of the conference venue followed by the demand and the availability of the facilities in the hotel. Moreover, the samples that differ in ages, the purpose of the conferences, the pattern of the conferences, and decision-makers showed various levels of decision making on choosing the hotel in Songkhla for conferences as a statistically significant level at .01. Nonetheless, the 8Ps on the aspect of personal, process, and program management affected the choosing the hotel in Songkhla for the conferences as the influent rate of 37.2%

**Key Words:** Marketing mix, Decision making on choosing a hotel, Conference

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานที่สำหรับจัดประชุมเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดงานในทุก ๆ ระดับจะเห็นได้ว่า สถานที่การจัดประชุมและการเข้าถึงสถานที่จัดการประชุมต้องมีศักยภาพ มีการกำหนดจุดแข็ง การใช้กลยุทธ์การตลาดที่เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจประกอบกับคุณภาพบริการของสถานที่จัดประชุมที่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ย่อมสร้างความสำเร็จให้กับสถานที่จัดประชุมแห่งนั้นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้วการจัดประชุมมีความซับซ้อนเพิ่มมากยิ่งขึ้น มีการแข่งขันที่สูงมากยิ่งขึ้น และสภาพแวดล้อมของธุรกิจเปลี่ยนแปลง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้จัดงานเลือกสถานที่จัดประชุมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น พนักงานมีจิตบริการที่ดี มีความคุ้มค่ากับต้นทุน มีโรงแรมที่รองรับกลุ่มผู้เข้าร่วม มีอาหารท้องถิ่น เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุมประเภทโรงแรมในมุมมองของผู้จัดงานยังขาดความชัดเจน และไม่มีปัจจัยที่แน่ชัดที่ผู้บริหารหรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์ให้กับสถานที่จัดประชุมสามารถนำไปประยุกต์สำหรับดำเนินธุรกิจได้ (นิมิต ชื่นสั้น, 2561)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของ โรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุมในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทขององค์กรที่จัดประชุม และความสัมพันธ์ในการจัดการประชุมต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุมที่ต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการจัดประชุม จำนวนวันในการจัดประชุมต่อครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมต่อครั้ง รูปแบบในการจัดประชุม ความถี่ในการจัดประชุม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุมที่ต่างกัน
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักกลุ่มผู้จัดงานประชุมสัมมนา หรือจัดเลี้ยงที่เคยใช้บริการโรงแรมคุ้มไทรงาม จังหวัดสงขลา ในระหว่างพ.ศ.2560 - พ.ศ.2563 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 150 งาน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทขององค์กรที่จัดประชุม และความสัมพันธ์ในการจัดการประชุม

พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการจัดประชุม จำนวนวันในการจัดประชุมต่อครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมต่อครั้ง รูปแบบในการจัดประชุม ความถี่ในการจัดประชุม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุม

ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านพนักงาน และด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป

ตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม

### 3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ โรงแรมคุ้มไทรงาม จังหวัดสงขลา

### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการวิจัย ในระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2563 โดยมีแผนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 สัปดาห์

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

กมลรัตน์ แสงจันทร์ (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้ทำการค้นหาในการซื้อสินค้า ใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการใช้บริการ ที่คาดว่าจะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรืออาจจะเป็นขั้นตอนเกี่ยวข้องกับความคิด ประสพการณ์ใน การซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภค ในการตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับการซื้อและสำหรับการใช้สินค้า

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมี ดังนี้ คือ (Lovelock and Wright, 2002)

1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 6) ด้านกระบวนการบริการ 7) ด้านพนักงาน 8) ด้านโปรแกรมการจัดงาน  
 สำเร็จรูป ส่วนประสมทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาด หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า 8Ps ซึ่งต้องมีแนวทางความคิดทางการสื่อสารการตลาด โดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อ สื่อสารกับผู้บริโภคแบบสมัยใหม่ ซึ่งแบ่งส่วนขยายเพิ่มเติมจากเดิมอีก หลายส่วนทั้งงานศึกษาทั้งภายในและ ภายนอกประเทศเชื่อมโยงสู่การทำธุรกิจสมัย ใหม่ซึ่งเน้นการสร้างผลกำไรสูงสุดบนความพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการทำธุรกิจระยะยาว พร้อมกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยน ไปอย่างมาก

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีรูปแบบของสถานที่จัดงานที่เข้าร่วมที่ห้องประชุมในโรงแรม มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านพนักงาน และด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์

สุธิรา ปานแก้ว (2558) ศึกษาแนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มไมซ์ ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา ระยะเวลาที่มาเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ 1 วัน ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของเมือง อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านการบริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านพื้นที่มากที่สุด ส่วนด้านสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้จัดงานประชุมสัมมนา หรือจัดเลี้ยงที่เคยใช้บริการ โรงแรมคุ้มไทรงาม จังหวัดสงขลา ในระหว่างพ.ศ.2560 - พ.ศ.2563 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 150 งาน โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลา ที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ

### การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี นิยามคำศัพท์ และงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม ในพื้นที่ต่างๆ เพื่อเป็นการกำหนดกรอบแนวคิดและขอบข่ายด้านเนื้อหาที่ใช้ในการสอบถาม

2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้าน โรงแรม จำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย

3.1 อาจารย์ ดร.เมธิ คิสวัสดิ์ ตำแหน่งงาน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประเมินผลและวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

3.2 อาจารย์ ดร.จรรุวรรณ ทองเนื้อแข็ง ตำแหน่งงาน อาจารย์ประจำวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ

3.3 คุณสอาด ชูชีพ ตำแหน่งงาน ผู้จัดการ โรงแรมคุ้มไทรงามแอนคัวร์สอร์ท

เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา แล้วนำผลการพิจารณา มาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหาตามโครงสร้าง และภาษา ได้ค่า IOC ซึ่งแต่ละข้อจะต้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือเป็นที่ยอมรับได้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยอีกครั้ง เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และให้คำแนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่ม ผู้จัดงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา ของครอนบาค ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ .932 ส่วนแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ โรงแรม ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ .883 โดยถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้จัดงานประชุมสัมมนา หรือจัดเลี้ยง ที่เคยใช้บริการ โรงแรม คุ้มไทรงาม จังหวัดสงขลา ในระหว่างพ.ศ.2560 - พ.ศ.2563 จำนวน 150 งาน จากฐานข้อมูลของโรงแรมคุ้มไทรงาม

2. ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถาม จำนวน 150 ชุด ถึงกลุ่มผู้จัดงานประชุมสัมมนา หรือจัดเลี้ยง ซึ่งเป็นประชากรในการกรอกข้อมูล พร้อมขอความร่วมมือส่งแบบสอบถามคืนผู้วิจัย ภายใน 1 สัปดาห์ หากกรณีเกิดเวลาที่กำหนดไว้ดังกล่าว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เป็นรายบุคคลจากคำถามของแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์ประเมินระดับความสำคัญต่อบัณฑิตด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) และการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม
3. ทดสอบความแตกต่างของค่าที และทดสอบค่าเอฟ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม
4. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม

### ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.67 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.33 ซึ่งองค์กรที่จัดประชุมเป็นหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 74.67 และส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในการจัดการประชุมแบบผู้ติดต่อประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 83.33

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 60.00 โดยมีการจัดประชุม 1 วัน หรือน้อยกว่าต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.34 ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม น้อยกว่า 50 คนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.34 มีรูปแบบในการจัดประชุมเป็นการประชุมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 38.67 โดยมีความถี่ในการจัดประชุม 1-2 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 54.00 ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือตำแหน่งสูงสุดกว่าท่าน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และส่วนใหญ่มีการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุมโดยเดินทางไปติดต่อคู่สถานที่ที่โรงแรมด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 64.00

3. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความสำคัญต่อบัณฑิตด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลาที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.83$ ) รองลงมา คือ ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.64$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 4.63$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 4.62$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.49$ ) ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ( $\bar{X} = 4.36$ ) ด้านส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.30$ ) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.17$ )

4. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.56$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ สถานที่จัดประชุมมีความปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.87$ ) รองลงมา คือ โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ท่านต้องการ ( $\bar{X} = 4.83$ ) และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถูกเตรียมความพร้อมอยู่ในพื้นที่ของโรงแรม ( $\bar{X} = 4.79$ )

5. การเปรียบเทียบระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม ดังตาราง 1

ตาราง 1

การเปรียบเทียบระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม ( $n=150$ )

ข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรม	การเลือกใช้บริการ โรงแรม
เพศ	1.384
อายุ	<b>11.625*</b>
ประเภทขององค์กรที่จัดประชุม	.052
ความสัมพันธ์ในการจัดการประชุม	.276
วัตถุประสงค์ในการจัดประชุม	<b>4.281*</b>
จำนวนวันในการจัดประชุมต่อครั้ง	.786
จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมต่อครั้ง	2.315
รูปแบบในการจัดประชุม	<b>3.444*</b>
ความถี่ในการจัดประชุม	1.755
ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	<b>7.000*</b>
การติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุม	2.488

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ วัตถุประสงค์ในการจัดประชุม รูปแบบในการจัดประชุม และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม ดังตาราง 2

ตาราง 2

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม ( $n=150$ )

ตัวแปร	B	S. E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.288	.429		3.005	.003
ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ )	.048	.081	.058	.599	.550
ด้านราคา ( $X_2$ )	.001	.090	.001	.015	.988
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ )	.038	.066	.055	.573	.567



ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปร	B	S. E.	Beta	t	Sig.
ด้านส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )	.058	.063	.093	.926	.356
ด้านบุคลากร ( $X_5$ )	.357	.104	.313	3.424	.001*
ด้านกระบวนการ ( $X_6$ )	.290	.097	.284	2.998	.003*
ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $X_7$ )	.049	.097	.051	.510	.611
ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ( $X_8$ )	.126	.055	.201	2.269	.025*

$R = 0.669$  ,  $R^2 = 0.448$  ,  $R^2_{adj} = 0.438$  ,  $F = 45.466$  ,  $Sig = 0.000$

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 37.2 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.288 + .357X_5 + .290X_6 + .126X_8$$

$$\text{สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน} = .313X_5 + .284X_6 + .201X_8$$

### อภิปรายผล

#### 1. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา สอดคล้องกับการศึกษาของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ศึกษา แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา

มีการจัดประชุม 1 วัน หรือน้อยกว่าต่อครั้ง สอดคล้องกับการศึกษาของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ศึกษา แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่มาเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ 1 วัน

มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม น้อยกว่า 50 คนต่อครั้ง เพราะการจัดประชุมแต่ละครั้ง ผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละครั้งไม่ควรจะน้อยกว่า 50 คน เพราะจะทำให้เกิดความคุ้มค่ากับการลงทุนในการจัดประชุม

มีรูปแบบในการจัดประชุมเป็นการประชุมสัมมนา สอดคล้องกับการศึกษาของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา

มีความถี่ในการจัดประชุม 1-2 ครั้ง/ปี ซึ่งการจัดประชุมในแต่ละรอบปี ควรจะมีการจัดประชุมไม่ควรน้อยกว่าปีละ 2 ครั้ง

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตำแหน่งสูงสุดกว่าท่าน เนื่องจากผู้ที่จะมีอำนาจในการตัดสินใจในการจัดประชุมแต่ละครั้ง คือ ผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น

ส่วนใหญ่มีการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุม โดยเดินทางไปติดต่อสถานที่ที่โรงแรมด้วยตัวเอง ทั้งนี้เนื่องจากถ้าหากจะมีการจัดประชุมแต่ละครั้ง ก็ควรจะเดินทางไปดูสถานที่จัดงานด้วยตนเอง เพื่อจะได้มีการจัดการได้ถูกต้องตามสภาพความเป็นจริงของห้องจัดประชุม

2. ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลาที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม

กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลาที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่

1) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

2) ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2552) ศึกษาแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก

4) ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด

5) ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด

6) ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผล

การศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสถานที่จัดงานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด

8) ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่าง และ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (Event package) อยู่ในระดับมากที่สุด

### 3. ระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม

กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลาเป็นสถานที่จัดประชุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณาเป็นรายข้อ ได้แก่

สถานที่จัดประชุมมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปาจริย์ ชัยชุมพล (2557) ศึกษารูปแบบสถานที่ที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมากที่สุด

โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ท่านต้องการ สอดคล้องกับการศึกษาของ จิรพร จันลา (2556) ศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมากที่สุด

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ถูกเตรียมความพร้อมอยู่ภายในพื้นที่ของโรงแรม ทั้งนี้เนื่องจากโรงแรมผู้ให้บริการสำหรับใช้ในการจัดประชุม ก็ย่อมมีการจัดเตรียมความพร้อมสำหรับใช้ในการจัดประชุม ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา

โรงแรมมีการจัดสรรพื้นที่ต่าง ๆ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับการศึกษาของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ มีความพึงพอใจด้านพื้นที่มากที่สุด

ที่ตั้งของสถานที่จัดประชุมมีความโดดเด่นแปลกใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของสุธิรา ปานแก้ว (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ มองว่า ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของเมือง อยู่ในระดับมากที่สุด

สถานที่จัดประชุมมีกิจกรรมหรือบริการอื่น ๆ ที่เหมาะสม การจัดเตรียมความพร้อมสำหรับใช้เป็นที่จัดประชุม จะมีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับบริการเสริมด้านอื่นๆ ไว้ให้มีความพร้อมให้บริการอยู่เสมอ

มีขนส่งมวลชนสาธารณะมายังสถานที่จัดประชุม ทั้งนี้เนื่องจากสถานที่ตั้งของโรงแรม มีที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก มีรถขนส่งสาธารณะมายังโรงแรมที่หลากหลายประเภท

4. การเปรียบเทียบระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสิวิภา จิรวัฒน์อนันต์ (2553) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ โรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม MICE ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงแรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของวรุตม์ บินล่าเต๊ะ (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) ในธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เครื่องอมาริ ผลการศึกษา พบว่า เพศที่ต่างกัน ให้ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา ไม่แตกต่างกัน

ประเภทขององค์กรที่จัดประชุม และความสัมพันธ์ในการจัดการประชุมต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะการจัดประชุมแต่ละประเภทก็ย่อมจะเลือกใช้บริการ โรงแรมสำหรับจัดประชุมในลักษณะเดียวกันกับการประชุมในทุกประเภท

5. การเปรียบเทียบเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ โรงแรมเป็นสถานที่จัดประชุม

กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุม รูปแบบในการจัดประชุม และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุมที่แตกต่างกัน ก็ย่อมจะมีการตัดสินใจในการจัดประชุมที่แตกต่างกัน ไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดการประชุมของแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนวันในการจัดประชุมต่อครั้ง จำนวนผู้ เข้าร่วมประชุมต่อครั้ง ความถี่ในการจัดประชุม และการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุมต่างกัน มีระดับการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม โดยรวมไม่แตกต่างกัน เพราะผู้จัดประชุมไม่ว่าจะมีจำนวนวันในการจัดประชุม จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม มีความถี่ในการจัดประชุม และการติดต่อเพื่อจองสถานที่จัดประชุมที่แตกต่างกัน แต่ก็มีวัตถุประสงค์และกระบวนการดำเนินการในการจัดประชุมที่ไม่แตกต่างกัน

6. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุม

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (8Ps) ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดสงขลา เป็นสถานที่จัดประชุมโดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 37.2 ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อโรงแรมมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมสำหรับการให้บริการ พร้อมทั้งมีการปรับกระบวนการให้บริการ และ โปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปให้มีความสมบูรณ์พร้อมสำหรับให้บริการ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการโรงแรมสำหรับใช้เป็นสถานที่จัดประชุม ก็จะกลับมาเลือกโรงแรมเพื่อใช้เป็นสถานที่จัดประชุม

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

โรงแรมควรมีการปรับปรุงเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการให้มีความพร้อมสรรพทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ และปริมาณของสถานที่ มีการลดราคาให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น ให้มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับการใช้บริการ หรือให้มีการสะสมแต้มจากการใช้บริการให้มากขึ้น ส่งเสริมให้พนักงานได้มีการฝึกใช้ภาษาต่างประเทศให้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี การจัดงานจะต้องให้มีความสอดคล้องกันให้มากที่สุด จัดทำแผนผังหรือป้ายแจ้งทางหนีไฟหรือทางออกฉุกเฉินให้มองเห็นได้เด่นชัดมากกว่าที่เป็นอยู่ จัดทำค่าใช้จ่ายทุกอย่างให้เป็นรายการเดียวกัน โดยการแจ้งรายละเอียดแต่ละประเภทให้เห็นชัดเจน

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่สนับสนุนในการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านการจัดประชุมของผู้ประกอบการ โรงแรมในจังหวัดสงขลา
2. ควรมีการทำการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานเพื่อตอบสนองธุรกิจการจัดประชุม โดยศึกษานักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการวางแผนพัฒนาจังหวัดสงขลาเป็นเมือง MICE City ต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ แสงจันทร์. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- เกดศิริ เจริญวิศาล. (2552). *รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาคณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- จิรพร จันลา. (2556). *แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE*  
 วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ  
 คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิมิต ชื่นสั้น. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานประชุม ในบริบทห้องประชุม โรงแรม:  
 มุมมองผู้จัดงาน. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 13(2), 67-78.
- ปาจริย์ ชัยชุมพล. (2557). *รูปแบบสถานที่เหมาะสมกับการเป็นเมืองไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด  
 สงขลา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว  
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรุฒ บินล่าเต๊ะ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) ใน  
 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เครื่องอมาลี. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 5(1), 51-62.
- สิวิภา จิรวัดน์อนันต์. (2553). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ต่อการใช้บริการ  
 โรงแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 ธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุธิรา ปานแก้ว. (2558). *แนวทางการจัดการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัด  
 สงขลา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. (2002). *Principles of service marketing and management*. New Jersey:  
 Pearson Education.