

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล

The Study of Factors Affecting the Accommodation Decision of Thai
tourists in Lipe island Satun Province

ฉาณัฐษา จิรากุลพัชร์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การทดสอบเอฟ และ การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และ ลำดับสุดท้ายคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการที่พัก ได้แก่ ระยะเวลาในการพัก เหตุผลในการพัก และ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย, ที่พัก, ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

The objectives of this studies were to studies behavior choosing accommodation service of Thai tourists in Lipe Island, Satun Province. To studies the marketing mix factors affecting the Thai tourists of choosing accommodation in Lipe Island, Satun Province. And to studies the correlations between behavior choosing accommodation service of Thai tourists in Lipe Island, Satun Province and the marketing mix factors affecting the Thail tourists of choosing accommodation in Lipe Island, Satun Province. The research instruments were questionnaires, data analysis and statistics used were percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test(One-way ANOVA), and correlation statistical analysis. The results of showed that, Thai tourists had opinions to the marketing mix factors affecting the choosing accommodation a whole at a high level. When considering in terms of aspect was found that, the personnel had highest mean at high level, followed by the promotion had mean at a high level, and last was the process had mean at a high level, respectively.

The hypothesis testing results showed that behavior choosing accommodation service including stay period, stay reasons, decision making participationist had a correlation with the marketing mix factors affecting the Thailand tourists of choosing accommodation, statistically significant at 0.05

Keyword: Thai Tourists Behavior, Accommodation, Marketing Mix 7 P's

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นั้น ส่งผลกระทบต่อตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างหนัก โดยประเทศไทยได้ประกาศปิดน่านฟ้า และพรมแดนระหว่างประเทศตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโรคในประเทศ ทำให้การเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องหยุดชะงักลง ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย นอกจากนี้ภาครัฐบาลได้ประกาศใช้ พ.ร.ก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ ที่ว่าราชอาณาจักร และประกาศห้ามบุคคลออกนอกเคหะสถานทั่วประเทศช่วงเวลา 21.00 – 04.00 น. จำกัดการเดินทางระหว่างจังหวัด ส่งผลให้ระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะระหว่างจังหวัดหยุดให้บริการชั่วคราว รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างอุทยานแห่งชาติ และ

สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลได้ปิดลงชั่วคราว จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมและที่พัก เป็นหนึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤติการระบาดของโรคโควิด-19

เกาะหลีเป๊ะ ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา เป็นเกาะที่มีความสวยงามอันดับต้นๆของท้องทะเลไทย และติดอันดับ The 10 Best Thailand Islands 2021 จาก เว็บไซต์ TripAdvisor เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว คือ หาดพัทยา และหาดชาวเล หลังจากเกิดสถานการณ์โควิด-19 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลงตามรายงานสถิติ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเกาะหลีเป๊ะจากท่าเทียบเรือปากบารา ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม – 5 ธันวาคม พ.ศ. 2664 จำนวน 19,219 คน(องค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล, 2564) ถึงแม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดน้อยลง แต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหลีเป๊ะอย่างต่อเนื่องอีกทั้งภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมากขึ้นหลังจากเกิดสถานการณ์ โควิด-19 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และภาครัฐได้ออกมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งส่งผลต่อการให้บริการที่พัก ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักบนเกาะหลีเป๊ะต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ดังนั้น ด้วยความสำคัญดังกล่าวจากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ นำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการให้บริการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่พักบนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเลือกใช้บริการที่พักบนเกาะหลีเป๊ะจังหวัดสตูล
- 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการที่พักบนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล
3. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเลือกใช้บริการที่พักบนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการที่พักบนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ที่เดินทางมาใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ที่เดินทางมาใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พัก บนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย ประเภทของที่พักที่ใช้บริการ, ผู้ร่วมใช้บริการ, ระยะเวลาที่ใช้บริการ, เหตุผลที่เลือกใช้บริการ, อัตราค่าบริการที่พักต่อคืน, ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และช่องทางในการจองที่พัก ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล หรือไม่มีความสัมพันธ์ อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย ประเภทของที่พักที่ใช้บริการ, ผู้ร่วมใช้บริการ, ระยะเวลาที่ใช้บริการ, เหตุผลที่เลือกใช้บริการ, อัตราค่าบริการที่พักต่อคืน, ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และช่องทางในการจองที่พัก ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล แตกต่างกันอย่างไร โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

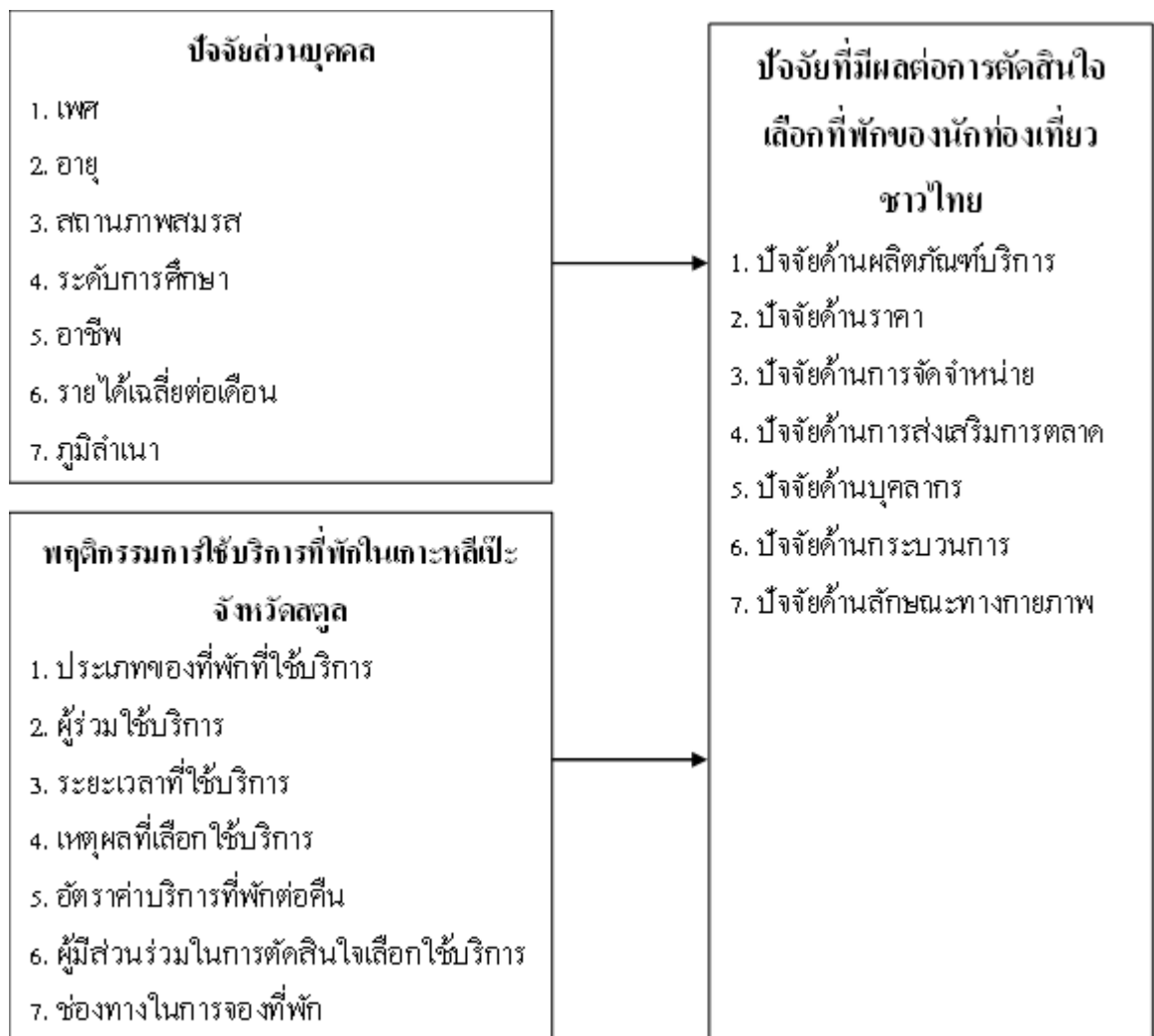
ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสัญชาติได้ และอายุ 18 ปี บริบูรณ์ขึ้นไป เดินทางมายังเกาะหลีเป๊ะจังหวัดสตูล
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และได้กลุ่มประชากรที่เหมาะสมจำนวน 385 คน เพื่อทำการศึกษา

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 - ธันวาคม พ.ศ. 2564

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล, โดยเป็นแบบคำถามปลายปิด (close-ended question) , แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล โดยการวัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถามจะใช้วิธีการสร้างแบบ Likert Scale โดยจะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ และแบบสอบถามส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และมีการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญก่อนเริ่มทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 385 คน

4. ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติทดสอบ ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้ T-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่าง ถ้ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่ (Least Significant Difference:LSD) และใช้สถิติสหสัมพันธ์ (Correlation analysis) โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation) ในการหาความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ส่วนใหญ่ เป็นเพศ

หญิง จำนวน 238 คน ร้อยละ 61.8 อายุ 41 - 56 ปี จำนวน 147 คน ร้อยละ 38.2 สถานภาพโสด จำนวน 215 คน ร้อยละ 55.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 219 คน ร้อยละ 56.9 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 135 คน ร้อยละ 35.1 รายได้ 15,000 - 25,000 บาทจำนวน 120 คน ร้อยละ 31.2 อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร และจังหวัดเขตปริมณฑล จำนวน 194 คน ร้อยละ 50.4

2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล

แสดงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการที่พัก ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนมาก เลือกใช้บริการ โรงแรม จำนวน 168 คน ร้อยละ 43.6 ใช้บริการที่พักร่วมกับครอบครัว / ญาติ จำนวน 161 คน ร้อยละ 41.8 ระยะเวลาที่ใช้บริการในการพัก น้อยกว่า 3 วัน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักคือ ราคาห้องพักคุ้มค่า จำนวน 137 คน ร้อยละ 35.6 อัตราค่าบริการที่พักต่อคืน 1,000 - 3,000 บาท จำนวน 213 คน ร้อยละ 55.3 ผู้ร่วมเดินทางมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก จำนวน 161 คน ร้อยละ 41.8 ใช้การจองที่พักผ่าน Online Travel Agency : OTA (Agoda, Expedia, Booking.com) เป็นช่องทางในการจองที่พัก จำนวน 180 ร้อยละ 46.8

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล มีรายละเอียดผลวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านภาพรวม อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านบุคลากร มีระดับมากที่สุด

3.2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของที่พัก มีระดับมาก

3.3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านการกำหนดราคาของที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพักและการให้บริการของที่พัก มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18

3.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านที่พักมีช่องทางในการชำระเงินค่าห้องพัก และค่าบริการหลากหลายช่องทาง เช่น ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต, Mobile Application, QR code scan หรือ Application Money Wallet มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.25

3.5 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านสื่อโฆษณาที่ใช้สามารถเข้าถึงลูกค้า และสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกที่พักได้ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33

3.6 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านจำนวนของพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33

3.7 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านพนักงานให้คำแนะนำการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และภายในที่พักให้กับผู้เข้าพักได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วน มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.27

3.8 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จากปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาระดับการตัดสินใจที่มีผลมาก พบว่า ด้านที่พักสามารถเดินทางเข้า - ออกได้สะดวก และบรรยากาศโดยรอบที่พักให้ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17

ผลของการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ที่เดินทางมาใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ที่ต่างกัน ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มี

พฤติกรรมการใช้บริการที่พักริมเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ด้านผู้ร่วมใช้บริการ, ระยะเวลาที่ใช้บริการ, และอัตราค่าบริการที่พักริม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการที่พักริม ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้บริการ, เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักริม และ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักริมของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักริมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากเกาะหลีเป๊ะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ต่างก็มีความต้องการท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักริมในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล เหมือนกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพฤติกรรมการใช้บริการที่พักริมบนเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นสามารถกำหนดพฤติกรรมการใช้บริการที่พักริมที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตย์ พวงนาค (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็น นักท่องเที่ยวเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 ดอลลาร์ และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในอเมริกา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ และให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนครกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ ระดับการศึกษาและอาชีพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโฮสเทล

พฤติกรรมการใช้บริการที่พักริม ได้แก่ ระยะเวลาในการพัก เหตุผลในการพัก และ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักริมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากระยะเวลาในการพักของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักริมที่มีความเหมาะสม สำหรับเหตุผลในการพักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องของราคาของที่พักริมก่อนตัดสินใจเข้าพักเพื่อ สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในการ

เดินทาง และสามารถเลือกห้องพักให้เหมาะสมกับความต้องการได้ และ พฤติกรรมการการเลือกที่พักร่วมพัก เช่น คู่รัก เพื่อนหรือญาติ ต่างมีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พัก อาจเนื่องมาจากที่พักแต่ละรูปแบบต่างอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริลักษณ์ สันทราย (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่/ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

จากผลการวิจัย การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการที่พัก ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการผู้ประกอบการที่พักควรรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของที่พักอยู่เสมอ เช่น การรักษามาตรฐานเรื่องความปลอดภัย การบริการที่ดี เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านราคาผู้ประกอบการที่พักควรมีการปรับลดราคา ตามสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ควรมีการปรับลดราคาที่พักให้เหมาะสมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการที่พักควรเพิ่มทางเลือกการชำระค่าบริการที่พักให้มีความหลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การชำระค่าบริการจากต่างประเทศที่มีการชำระเป็นเงินสดต่างๆ ทั่วโลก เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการที่พักควรมีช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่พักที่เป็นรูปแบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Facebook, Line, IG, Web site เป็นต้น
5. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ประกอบการที่พักควรมีการประเมินเรื่องพนักงานที่ให้บริการกับจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมอีกทั้งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาพักในเป็นจำนวนมากได้

6. ปัจจัยด้านกระบวนการผู้ประกอบการที่พักรวมมีการฝึกอบรมพนักงานเรื่องการให้บริการทุกประเภท ทั้งเรื่องข้อมูลในการท่องเที่ยว การให้คำแนะนำและวิธีใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพผู้ประกอบการที่พักรวมมีระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น มีรถรับส่งไปสนามบิน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ เป็นต้น เพื่อใ้งานวิจัย กว้างขวางและสมบูรณ์มากขึ้น

2. ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบรายละเอียดในเชิงลึกและนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

3. ควรมีการกระจายการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมในทุกช่วงฤดูกาลตลอดทั้งปีทั้งในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวและไม่ใช่ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *คู่มือ 9 เกาะทะเลไทย : พกพาไปเป็นทางเลือกในการพักผ่อนหลบลมร้อนอย่างรื่นรมย์*. กรุงเทพฯ : อนุสาร อ.ส.ท.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2564). *เกาะหลีเป๊ะ*. สืบค้นเมื่อวันที่ ตุลาคม 18,2564 จาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เกาะหลีเป๊ะ>

ชูชัย สมितिไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ:ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญบิษชินเนสอาร์แอนด์ดี.

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2555). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยูพาวรรณ วรรณวานิชย์.(2551). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริลักษณ์ สันทราย. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนใน
จังหวัดเชียงใหม่*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

อาทิตย์ พวงนาค. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮส
เทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย
ดุสิตธานี.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูล,ท่าเทียบเรือปากบารา อบจ.สตูล. (2564).*ข้อมูลสถิติ*. สืบค้นเมื่อ
วัน ธันวาคม 06,2564 จาก <https://www.pakbarapier.satuntao.go.th>