

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่
อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต
Marketing Mix Factors Influencing Thai Tourists' Decision
to Choose Five-Star Hotels in Thalang District,
Phuket Province.

ทำนุรัฐ พันธมาศ¹ นัฐริกา โพธิ์อ่อง² กัณท์ภูภัทร์ ศุภะกุลสวัสดิ์³ ชลาทิพย์ คงเทพ⁴

Thamnurut Phanmas¹ Natarika Pothong² Gandpat Suphakulsawat³ Chalutip Kongtep⁴

¹⁻² นักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 83000

Student of Bachelor of Technology Program in Hotel (Continuing program) Phuket Vocational College

³⁻⁴ อาจารย์สาขาวิชาการโรงแรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต

Lecturer of Bachelor of Technology Program in Hotel (Continuing program) Phuket Vocational College

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต และ 2) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง ภูเก็ต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตอำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 45,001- 60,000 บาท และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคกลาง จากการศึกษปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, โรงแรมระดับ 5 ดาว

Abstract

This study aimed to 1) investigate the demographic characteristics of Thai tourists who use 5-star hotel services in Thalang district, Phuket province, and 2) to determine the marketing mix factors influencing Thai tourists' decisions to choose 5-star hotel services in Thalang district, Phuket province. A questionnaire was used as a research tool. A sample of 400 Thai tourists staying at 5-star hotels in Thalang district, Phuket province, was selected using purposive sampling. Data were analyzed using frequency, mean, and standard deviation.

The results showed that most respondents were female, aged between 31-40 years, married, self-employed, with a monthly income of 45,001-60,000 baht, and came from the central region of Thailand. The study of marketing mix factors influencing Thai tourists' decisions to choose 5-star hotel services found that overall, marketing mix factors were at a high level. When considered individually, the factors in order of importance were location and distribution channels, physical attributes, personnel, product, price, physical attributes, and promotion.

Keywords: marketing mix, decision making, 5-star hotel

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีวัฒนธรรมที่สวยงาม มีแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นทั้งยังมีภูมิอากาศที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี[1]

จากการสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของโลกปี 2562 ซึ่งได้จัดลำดับ 200 เมืองที่มีผู้คนเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก โดยแบ่งตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวและมีการพักค้างแรมรวมถึงการใช้จ่ายในต่างประเทศของกลุ่มนักท่องเที่ยว ผลสำรวจพบว่าประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกและเป็นอันดับที่ 1 ของภูมิภาคเอเชีย โดยเมืองที่ได้รับความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร[2]

ในปี 2562 การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย หรือ Discover Thainess เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทำความรู้จักและมาหลงรักเสน่ห์ในวิถีความเป็นไทยให้มากขึ้น อีกทั้งทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการประกาศเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละเขตพื้นที่จะมีเอกลักษณ์และวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน โดยมีการนำร่องจำนวน 5 กลุ่มคลัสเตอร์และในอนาคตทางหน่วยงานภาครัฐมีแผนเร่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกจำนวน 3 กลุ่มคลัสเตอร์[3]

จังหวัดภูเก็ตประกอบด้วย 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกะทู้และอำเภอถลางเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ มีหาดทรายสวยงาม น้ำทะเลที่ใสท้องทะเลที่งดงามเหมาะสำหรับการดำน้ำและทำกิจกรรมทางน้ำและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิเช่น แหลมพรหมเทพ วัดฉลอง หาดป่าตอง ย่านเมืองเก่าโบราณ จุดชมวิวเขารัง ฯลฯ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้รองรับนักท่องเที่ยว

อย่างครบครัน ปี 2564 ที่ผ่านมา จังหวัดภูเก็ตมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 10,277.4 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 4,272.13 ล้านบาทและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6,005.27 ล้านบาท [4]

อำเภอกลาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติภูเก็ต รวมไปถึงเป็นที่ตั้งของโรงแรมระดับ 5 ดาวชั้นนำของประเทศ ซึ่งแต่ละโรงแรมจะมีเอกลักษณ์การบริการที่โดดเด่นและแตกต่างกันออกไปในแต่ละด้านดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการในโรงแรมของตน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดและยังสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับใช้กับธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีรูปแบบใกล้เคียงกันต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ตผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาและดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทราบเพียงว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรของ Roscoe [5] ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างสูตรนี้

$$N = (Z_c \sigma / e_m)^2$$

เมื่อ N = จำนวนตัวอย่างของประชากร

Z_c = คะแนน Z ตามระดับความมีนัยสำคัญที่ผู้วิจัยกำหนดให้ (α)

$Z = 1.96$ ที่ระดับความมั่นใจ 95% ($\alpha = .05$)

$Z = 2.58$ ที่ระดับความมั่นใจ 99% ($\alpha = .01$)

e_m = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

σ = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

จากโจทย์ $Z_c = 1.96$ $e_m = \sigma / 10$ นั่นคือ $\sigma / e_m = 10$

แทนค่าสูตร $N = (Z_c \sigma / e_m)^2$

$= (1.96 \times 10)^2$

$= 384$

ดังนั้น จากสูตรการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนและผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บเพิ่มอีก 16 ตัวอย่าง รวมเป็นทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ได้ครบตามจำนวนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการประยุกต์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

1) ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) เรียบเรียงและสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ในการขอคำแนะนำ ตรวจสอบและปรับแก้ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วน

3) ติดต่อผู้ทรงเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความถูกต้อง ความสอดคล้องและเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence) [5]

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (C- Cenficient) ของ Cronbach ซึ่งค่าแอลฟาที่จะได้จะต้องมีค่าระหว่าง $\leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 หมายความว่า มีความเชื่อมั่นสูง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่สามารถเก็บแบบสอบถามคืนกลับมาได้เพียง 395 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง พบว่ามีแบบสอบถามจำนวน 5 ชุด ที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน ทำให้เหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาทำการวิเคราะห์ได้เพียง 390 ชุด

- 2) นำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามมาลงรหัสและให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด
- 3) นำคะแนนไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 4) นำเสนอผลการศึกษาตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการศึกษาโดยใช้ตารางและการพรรณนาวิเคราะห์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยให้ความหมายของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้[6]

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การประกอบอาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาที่พักอาศัยในประเทศไทย

		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น		390	100.00
เพศ	ชาย	132	33.85
	หญิง	258	66.15
อายุ	ระหว่าง 21 - 30 ปี	50	12.82
	ระหว่าง 31 - 40 ปี	145	37.18
	ระหว่าง 41 - 50 ปี	54	13.85
	ระหว่าง 51 - 60 ปี	96	24.61
	อายุ 60 ปี ขึ้นไป	45	11.54

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การประกอบอาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาที่พักอาศัยในประเทศไทย (ต่อ)

		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	124	31.79
	สมรส	210	53.85
	หย่าร้าง	56	14.36
การประกอบอาชีพ	ราชการ พนักงานภาครัฐ	43	11.02
	เจ้าหน้าที่ภาคเอกชน	109	27.95
	ธุรกิจส่วนตัว	238	61.03
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,001 – 30,000 บาท	-	-
	30,001 - 45,000 บาท	97	24.87
	45,001 - 60,000 บาท	176	45.13
	60,001 - 75,000 บาท	103	26.41
	มากกว่า 75,000 บาท	14	3.59
ภูมิลำเนาที่พักอาศัยในประเทศไทย	ภาคเหนือ	62	15.89
	ภาคกลาง	116	29.75
	ภาคตะวันออก	60	15.38
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64	16.41
	ภาคตะวันตก	18	4.62
	ภาคใต้	70	17.95

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 390 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.15 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.18 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.85 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 61.03 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.13 และส่วนใหญ่มียุภูมิลำเนาที่พักอาศัยในประเทศไทยในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.74

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตพบว่า

ตารางที่ 2 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.06	.61	มาก
2. ด้านราคา	4.02	.63	มาก
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	4.14	.65	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	.59	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.10	.67	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.12	.69	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.99	.64	มาก
รวม	4.03	.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

5.1 สรุปผลการวิจัย

1) จากการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ตพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 45,001- 60,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่พักอาศัยในภาคกลางของประเทศไทย

2) จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด แต่อยู่ในระดับมาก เช่นกัน

5.2 อภิปรายผล

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของโรงแรม รองลงมาคือมีอุปกรณ์ภายในห้องที่เป็นมาตรฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพื้นที่ภายในห้องมีการจัดแบ่งเป็นสัดส่วนที่ลงตัวและโรงแรมมีห้องพักที่มีความหลากหลายให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลิน เมธิยานนท์ [7] ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพและด้านกระบวนการตามลำดับ

2) ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคามีความเหมาะสมกับห้องพัก รองลงมาคือ ห้องพักรวมหลายราคาให้เลือก มีการแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจนและมีการบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี คำสำราญ [8] ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ทและบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย โดยจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล บัวจันทร์ [9] ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ผลงานวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านทำเลที่ตั้งและด้านการส่งเสริมการตลาด

3) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ โรงแรมใกล้สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ สะดวกในการเดินทางและสามารถจองห้องพักได้หลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ การะเกด แก้วมรกต [10] ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกระบี่

โดยรวมมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 5 อันดับแรก คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

4) ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การให้ส่วนลด รองลงมาคือ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ และมีการจัดโปรโมชั่นตามฤดูกาลหรือแพ็คเกจทัวร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลิน เมธิยานนท์ [7] ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตวัฒนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตวัฒนา เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพและด้านกระบวนการ ตามลำดับ

5) ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือ พนักงานมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ วาสิตา คลองตาล [11] ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับสำคัญมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคคล เป็นด้านที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการและด้านราคา ตามลำดับ

6) ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีการให้บริการที่ถูกต้องตามที่ถูกคำต้องการ รองลงมาคือ มีการบริหารงานภายในโรงแรมอย่างเป็นระบบ มีการแบ่งภาระหน้าที่แก่พนักงานอย่างชัดเจน และมีวิธีบอกสถานะการจองห้องพักอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพล พนมเลิศมงคล [12] ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นด้านราคาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บรรยากาศของโรงแรมและทำเลที่ตั้ง เช่น ติดทะเล รองลงมาคือ ความปลอดภัยในโรงแรม มีการจัดพื้นที่ให้บริการอย่างชัดเจนและสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทันสมัยและการตกแต่งภายในและภายนอกโรงแรมที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสินี คำสำราญ [8] ได้ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ทและบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย โดยจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

- 1) โรงแรมควรมีการจัดอบรมหรือสัมมนาเพื่อหาแนวทางในการสร้างนักบริการที่ดีและมีคุณภาพ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาที่พักและการบริการแบบอื่น ๆ ให้มีคุณภาพและเหมาะสมกับราคา
- 2) ควรทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่ม เนื่องจากในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวและพักในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนมาก รวมถึงควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้ประกอบการและลูกค้าเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) ควรมีการเก็บข้อมูลทั้งในช่วงเทศกาลและนอกเทศกาลเพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยในช่วงต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง
- 4) ควรทำการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจโรงแรม ในเขตพื้นที่อื่นให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- [1] นิศา ชัชกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] Ratirita. (2563). [ออนไลน์]. จุดหมายปลายทางของโลกที่นักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดปี 2019. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2565]. จาก <https://brandinside.asia/bangkok-no1-destination-tourism>.
- [3] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). [ออนไลน์]. ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย. [สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2565]. จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th>

- [4] สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต. (2564). [ออนไลน์]. จำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้จากการท่องเที่ยว. [สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2565]. จาก <https://phuket.mots.go.th>
- [5] Roscoe.(1969). [ออนไลน์]. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง. [สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2565]. จาก https://www.ict.up.ac.th/surinhips/ResearchMethodology_2554
- [6] ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [7] มาลิน เมธิยานนท์. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [8] สุธาสนี คำสำราญ. (2551). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ทและบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [9] นฤมล บัวจันทร์. (2551). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- [10] การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- [11] วาสิตา คลองตาล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- [12] ณัฐพล พนมเลิศมงคล. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ