

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต Tourists' Behavior of Selecting Hotel Services in Mueang District, Phuket Province

กรรชัย นาคคล้าย¹ คนพัตน์ จิ่งสกุล¹ ภาวิกา ขุนจันทร์² และ วีระพล สุขสมบุญ^{*2}

Kanchai Naklai¹ Kanaphat Jungsakul¹ Pawika Khunchan² and Veeraphon Suksomboon^{*2}

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต¹

Undergraduate Student, Business Computer Program, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University¹

อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Lecturer of Business Computer Program, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University^{*2}

*Corresponding author, e-mail: veeraphon.s@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม ส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรม วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานเอกชน สถานภาพโสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท เข้าพักในฤดูร้อน โดยใช้บริการโรงแรม 2 คืน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ 1 คืน 1,000 - 1,999 บาท จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ เดินทางมากับเพื่อน ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมด้วยตนเอง ให้ความสำคัญกับบริการซักรีดและวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและด้านการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ และด้านกระบวนการใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมภูเก็ตทางกายภาพ ตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรค ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานให้บริการ ตามลำดับ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกช่วงฤดูในการเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการโรงแรมค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักที่พักต่อ 1 คืน วิธีการจองห้องพัก ผู้ร่วมเดินทาง ระดับดาวของโรงแรมที่ใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของโรงแรมและเพิ่มแรงกระตุ้นการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โรงแรม จังหวัดภูเก็ต

Abstract

The aim of this research was to study the demographics, the behavior of hotel service usage, marketing mix factors, and problems affecting the choice of hotel service in the Mueang District of Phuket Province. The sample consisted of 400 purposively selected tourists using hotel services. The data collection instrument used was a questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics, hypothesis testing with t-test, One-way ANOVA, and paired difference test.

The findings revealed that the majority of tourists were single females, from the central region, with an average age of less than 25 years, and a bachelor's degree or equivalent education. They have worked in the private sector with an average monthly income of 10,001 - 20,000 baht. During the summer,

they would stay at hotels for 2 nights with an average cost of 1,000 - 1,999 baht per night. They would book their rooms through websites, travel with friends, prefer 5-star hotels, and make the decision to choose the hotel themselves. They would prioritize laundry services and relaxation purposes. In terms of marketing mix, the location of the hotel and the quality of services would have the greatest influence on their choice of hotel in Mueang district of Phuket. Distribution channels and staff service would be the next factors, followed by the environmental conditions of Phuket in terms of physical appearance. Problems and obstacles related to the physical environment would have the most significant impact on the choice of hotel services in Mueang district of Phuket, followed by the process of service delivery and the quality of staff service. Tourists with different places of residence, ages, educational levels, occupations, social statuses, and monthly incomes had a significantly different impact on the importance level of marketing mix in choosing hotel services at level of .05. The behaviors of tourists in choosing the season for accommodation, the duration of hotel service usage, the cost of accommodation per night, the method of booking rooms, the travel companions, the star rating of the hotel, and the influential individuals in decision-making also had a significantly different impact on the importance level of marketing mix in choosing hotel services at level of .05. These data can be used to improve the efficiency of hotels and stimulate tourism even further.

Keywords: Marketing Mix Factors, Hotels, Phuket Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งที่สร้างอาชีพ สร้างหน่วยงานและสร้างรายได้ และจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในปี พ.ศ.2562 ภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูเก็ต มีแนวโน้มที่ดี โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการที่สายการบินต่างชาติให้ความสำคัญในการขยายเส้นทางบิน และปริมาณเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นมากหลังจากวิกฤต (กระทรวงการท่องเที่ยวกีฬา, 2565)

การประกอบธุรกิจโรงแรมโดยที่ธุรกิจมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและหากพิจารณาถึงด้านรูปแบบของธุรกิจแล้วโรงแรมเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงโดยอาศัยความโดดเด่น และเอกลักษณ์ประจำตัวเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งมีเหตุผลหลัก คือ เรื่องราคา การแข่งขันในอนาคตรุนแรงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันมีการปรับรูปแบบการให้บริการ เข้าใจความต้องการของผู้เข้าพัก ให้มีความสะดวกสบายเหมือนอยู่บ้าน มีการสร้างจุดเด่นของธุรกิจเพื่อใช้เป็นจุดขาย มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการเข้าถึงเป้าหมาย รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเข้าพัก มีการใส่ใจทุกรายละเอียดก่อให้เกิดความประทับใจและมิตรภาพที่ดีต่อการท่องเที่ยวและธุรกิจ ทำให้เกิดการบอกต่อหรือการใช้บริการซ้ำ (สุนทรีย์ ศิริจันทร์, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการเชิงธุรกิจและพัฒนาส่วนประสมการตลาดของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตธุรกิจที่โรงแรมถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการเดินทางของนักท่องเที่ยว จึงสนใจศึกษา เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในภูเก็ต ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตอบโจทย์ของธุรกิจโรงแรมประเภทโรงแรม เพื่อนำมาวางแผนปรับปรุงพัฒนาคุณภาพและการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกบริการมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรม จำนวน 4,493,266 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร (Cochran, 1953) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายและนำเสนอใน รูปตารางเป็นร้อยละ โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แสดงถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แสดงถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แสดงถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ ที (t - test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA : F - Test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % เมื่อพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างจะทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least -Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต สรุปผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.3) ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง (ร้อยละ 15.5) มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 26.5) การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 60.3) อาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 36.0) สถานภาพโสด (ร้อยละ 59.8) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 33.5)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักในฤดูร้อน (ร้อยละ 51.0) โดยใช้บริการโรงแรม 2 คืน (ร้อยละ 48.8) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ 1 คืน 1,000 - 1,999 บาท (ร้อยละ 40.8) จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ (ร้อยละ 50.0) เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 43.0) ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว (ร้อยละ 43.3) ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมด้วยตนเอง (ร้อยละ 34.8) ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม คือ บริการซักรีด (ร้อยละ 46.0) และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก คือ การพักผ่อน (ร้อยละ 84.5)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านที่พักและการบริการ	4.69	0.456	มากที่สุด
ด้านราคา	4.62	0.492	มากที่สุด
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.66	0.471	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.63	0.489	มากที่สุด
ด้านพนักงานให้บริการ	4.66	0.468	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.65	0.586	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.65	0.479	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.65	0.453	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตนั้น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.65) ทั้ง 7 ปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ประเด็นด้านที่พักและการบริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมา คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายกับด้านพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) ด้านกระบวนการให้บริการกับด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.63) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.62) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
ด้านพนักงานให้บริการ	4.61	0.607	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.63	0.593	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.64	0.615	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.33	0.407	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต นั้น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ โดยประเด็นด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) และด้านพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างของระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	Mean Difference	p
ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด	ชาย	4.67	.414	.773	.035	.440
	หญิง	4.63	.484			

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมของเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.67) ส่วนเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.63) และจากการทดสอบด้วยสถิติทดสอบ t-test พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนประสมการตลาด	การทดสอบค่าความแปรปรวน				
	SS	df	MS	F	Sig.
ภูมิภาค	77.341	387	.200	2.809	.011*
อายุ	73.424	389	.189	9.648	.000*
ระดับการศึกษา	77.670	391	.199	7.650	.001*
อาชีพ	75.056	388	.193	5.845	.000*
สถานภาพ	76.699	391	.196	10.221	.000*
รายได้ต่อเดือน	68.156	389	.175	17.911	.000*

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิภาค อายุระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 5 การทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม จำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้เลือกใช้บริการ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้เลือกใช้บริการ	การทดสอบค่าความแปรปรวน				
	SS	df	MS	F	Sig.
ช่วงฤดูในการเข้าพัก	71.051	391	.182	26.575	.000*
ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการโรงแรม	62.010	389	.159	29.325	.000*
ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักที่ทานพักโดยเฉลี่ยต่อ 1 คืน	57.866	389	.149	38.391	.000*
วิธีการจองห้องพัก	77.228	389	.199	4.384	.002*
ผู้ร่วมเดินทาง	76.454	391	.203	3.087	.047*
ระดับดาวของโรงแรมที่ใช้บริการ	49.684	389	.128	60.728	.000*
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ	76.247	389	.196	5.692	.000*
วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก	0.026	2	.013	.063	.939

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกช่วงฤดูในการเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการโรงแรมค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักที่พักรต่อ 1 คืน วิธีการจองห้องพัก ผู้ร่วมเดินทาง ระดับดาวของโรงแรมที่ใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

1. ลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มะลิวรรณ ช่องงาม และ ภัทรารุณี โนรี (2564) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,001 - 40,000 บาท ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายกในภาพรวมรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่ถูกค่าให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านพนักงาน เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทขนาดเล็กในจังหวัดนครนายก

2. ปัญหาเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นปัญหาที่พบมากที่สุด ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ รองลงมา คือ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล ชูเศษ, วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง, กอแก้ว จันทรกึ่งทอง และ ปัญญา ชูช่วย (2561) ได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพการบริการของโรงแรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น ด้านการตอบสนองของพนักงาน และด้านการดูแลเอาใจใส่ อาจเป็นเพราะว่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า คือ หัวใจของการบริการ

3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกช่วงฤดูในการเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าใช้บริการโรงแรมค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักที่พักรต่อ 1 คืน วิธีการจองห้องพัก ผู้ร่วมเดินทาง ระดับดาวของโรงแรมที่ใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิมล ประทุมผล (2562) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พัก จะมีผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ คือ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน มีค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืน 500 - 700 บาท ใช้บริการ 1 - 5 ครั้งต่อปี ช่องทางที่เลือกจองห้องพักในครั้งนี้ คือ เลือกจองด้วยตนเองที่เคาน์เตอร์โรงแรม เว็บไซต์จองที่พักที่เลือกใช้ คือ เว็บไซต์Agoda วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อการพักผ่อน ผู้ร่วมตัดสินใจเลือกพักโรงแรม คือ เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน และแหล่งรับทราบข้อมูลโรงแรมจาก คำบอกเล่าจากผู้ที่เคยมาพักมีผลต่อการเลือกใช้ที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อายุระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ กานต์วรรัตน์. (2563). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) รองลงมา คือ มีบริการสำรองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต มีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักให้นักท่องเที่ยวหลากหลายช่องทาง เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายนักท่องเที่ยวมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็น การค้นหาที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริมา แก้วเกิด ภาพล สุนทรโรจน์ และ พิษุตา การิเวท (2562) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps และการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และช่วยให้สร้างรายได้ให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

สรุป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางตลาดส่งผลต่อเลือกใช้บริการโรงแรม โดยแต่ละโรงแรมที่จะมีการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นโรงแรมควรมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ และมีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง เพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้าพัก และปัญหาที่พบจากการเข้าใช้บริการส่งผลต่อเลือกใช้บริการโรงแรมทำให้คนที่มาพักที่โรงแรมแล้วไม่กลับมาพักอีกส่งผลต่อความต้องการของลูกค้า ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางด้นพนักงานส่วนต้อนรับต้องมีประสิทธิภาพและเป็นกันเอง พนักงานต้องรับฟังปัญหาของลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การเข้าพักห้องพักต้องตรงกับห้องพักที่จองไว้ และการจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับลูกค้าที่จองรถต้องเพียงพอกับลูกค้าที่เข้าพัก ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรพัฒนาระบบการจองห้องพักให้เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
2. ควรมีราคาให้เลือกหลายระดับที่มีความเหมาะสมกับราคา และที่พักให้เหมาะสมกับระยะเวลาเข้าพัก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้าพัก
3. ควรพัฒนาโรงแรมให้มีความทันสมัยและความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้าพัก
4. ควรมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ และมีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง เพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้าพัก
5. พนักงานต้อนรับต้องมีประสิทธิภาพและเป็นกันเอง พนักงานต้องรับฟังปัญหาของลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การเข้าพักห้องพักต้องตรงกับห้องพักที่จองไว้ และการจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับลูกค้าที่จองรถเพียงพอกับลูกค้าที่เข้าพัก ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายพื้นที่ให้มากขึ้นในการทำวิจัย เช่น ประชากร เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นเป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาแนวทางด้านพฤติกรรมทางเลือกที่โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต และทุก ๆ แห่ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของโรงแรมและเพิ่มแรงกระตุ้นการท่องเที่ยว ได้มากขึ้น
3. ควรมีการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติมของพฤติกรรมของการเลือกโรงแรมในการเข้าพักการในด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมต่าง ๆ และมีการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่ถูกต้อง
4. ควรศึกษาความคิดเห็นของผู้เข้าพักหรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความมั่นใจในการใช้บริการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). รัฐมนตรีกระทรวงท่องเที่ยว บุคคลาคนักท่องเที่ยวคุณภาพ. ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.mots.go.th/news/1000142>
- นพดล ชูเดช วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง และ ปัญญา ชูช่วย. (2561). องค์ประกอบคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(61), 1-2.
- มะลิวรรณ ช่องงาม และ ภัทรารุณี โนรี. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการ การตลาดและการจัดการ*, 8(2), 104-117.
- ศิริมา แก้วเกิด ภคพล สุนทรโรจน์ และ พิษุดา การิเวท. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 14(3), 85-95.
- สิริวิมล ประทุม. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 9(2), 1-2.
- สุนทรีย์ ศิริจันทร์. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสหวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 2(1), 1-2.
- วสันต์ กานต์วรรัตน์. (2563). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(2), 158-170.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2566, จาก [http:// google.co.th/books/Marketing_Management](http://google.co.th/books/Marketing_Management).
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. Publications New York, Harper and Row.