

การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต

A Study of the Behavior of Tourists in Choosing Accommodation Services in Phuket Province

มุกมณี เสวก¹ วิรดี จันทรสังแสง¹ สมชาย ไชยโคต^{*2} และ วีรพล สุขสมบูรณ์²

Mukmanee Sawek¹ Wiradee Jansongsang¹ Somchai Chaiyakhot^{*2} and

Weeraphon Suksomboon²

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต¹

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

อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Faculty Member, Business Computer Program, Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University²

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

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท อาชีพรับจ้างทั่วไป และมีระดับการศึกษาอยู่ในปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต มากกว่า 1 ครั้ง มีเหตุผลที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ก่อนเดินทาง 1-2 สัปดาห์ โดยมีการเดินทางในช่วงตุลาคม - ธันวาคม ลักษณะที่พักจะเป็นโรงแรม จำนวนในการพักค้างคืน 2 คืน โดยมีราคาห้องพักอยู่ที่ 500 - 800 บาท เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพร้อมกับครอบครัว รู้จักข้อมูลที่พักมาจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก จองผ่านเว็บไซต์จองที่พัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก คือ ครอบครัว โดยมีปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับการจองปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักมากที่สุด เพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พัก นักท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต

Abstract

This research aimed to study the behavior of tourists in choosing accommodation services in Phuket province. The population and sample consisted of 400 tourists who used accommodation services in Phuket Province, selected through purposively selected. The data collection tool was a questionnaire, and the data were analyzed using descriptive statistics. Hypotheses were tested using t-statistics, One-way ANOVA, and pairwise analysis of differences. The results of the study showed that most respondents were female, with a monthly income of less than 10,000 baht, worked as general employees, and held a bachelor's degree. Most had visited Phuket Province more than once. The primary reason for visiting Phuket Province was to relax and unwind. They planned their trip to Phuket Province 1-2 weeks before traveling, typically traveling between October-December. The type of accommodation was a hotel, and the average length of stay was 2 nights, with room prices ranging from 500 to 800 baht. Most tourists traveled to Phuket with

their families and learned about accommodations from friends, relatives, and acquaintances. They booked their accommodations through online booking websites. The most influential person in their decision-making was their family. Issues with booking were the main problems related to the facilities at accommodations. Marketing mix factors, especially promotions, had the greatest influence on their decision to choose accommodation. Gender, income, occupation and educational level had different effects on the quality of service and facilities provided to tourists, with statistically significant differences at level of .05. Additionally, gender, income, occupation and educational level had different effects on marketing mix factors at a statistically significant level of .05. This information can be used to improve the efficiency in responding to consumer needs and behavior effectively.

Keywords: Behavior in Choosing Accommodation Services, Tourists, Phuket Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายหาดที่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น โรงแรม รีสอร์ท และที่พักประเภทอื่นๆ ทำให้จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม การศึกษาในบริบทของจังหวัดภูเก็ตจึงมีความจำเป็นเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการโรงแรม และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัด

จากสถิติของ (MGR Online, 2022) พบว่า ในปี 2022 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนจังหวัดภูเก็ตกว่า 9.2 ล้านคน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 5 ล้านคน และชาวต่างชาติ 4.6 ล้านคน ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมที่พักเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันสูง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการเลือกที่พักมีผลโดยตรงต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวได้รับการศึกษาในหลายบริบท โดยมีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาจให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ต่างกัน เช่น ทำเลที่ตั้ง ของที่พัก คุณภาพของบริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาดตามงานวิจัยของ (ศุทธิกานต์ คงคล้าย และ ธัญเทพ ยะติวัฒน์, 2559) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น การส่งเสริมการขายและทำเลที่ตั้งของที่พักมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ วชิรินทร์ เกิดทรัพย์ (2559) ยังระบุว่า คุณภาพการบริการ เช่น ความสะอาดและการดูแลลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผุสดี กลางรัก (2560) พบว่า การโฆษณาผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่อำเภอวัง จังหัดกระบี่ นอกจากนี้ Toh, DeKay, & Raven (2011) พบว่า การทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การให้ข้อมูลรีวิว การแสดงราคาอย่างชัดเจน และการแนะนำแพ็คเกจพิเศษ เป็นกลยุทธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูเก็ตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 9.2 ล้านคน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 5 ล้านคน และชาวต่างชาติประมาณ 4.6 ล้านคน (MGR Online., 2022) โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต
- ตอนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในงานวิจัยนี้ การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างชัดเจน โดยจะเลือกนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้จะอาศัยความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่พบเจอในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือบริเวณที่พัก เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง หรือแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ โดยไม่จำเป็นต้องมีเกณฑ์การคัดเลือกที่เข้มงวดในเรื่องคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการออกแบบเครื่องมือวิจัย ใช้แบบสอบถาม จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือที่ใช้สามารถสะท้อนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างถูกต้องและเชื่อถือได้ โดยมีการตรวจสอบ Validity และ Reliability ของเครื่องมือวิจัยดังนี้:

1. **Validity (ความตรงตามเนื้อหา):** แบบสอบถามที่ใช้ ได้มีการตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยว และการบริการที่พัก เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามสามารถสะท้อนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างถูกต้องและครอบคลุม การตรวจสอบนี้จะช่วยให้มั่นใจว่า เครื่องมือวิจัยสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความถูกต้องตามเนื้อหาที่ต้องการวัด

2. **Reliability (ความน่าเชื่อถือ):** เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม มีการทดลองใช้ในกลุ่มตัวอย่างย่อย (Pilot Test) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการที่พักในภูเก็ต การทดลองนี้ช่วยประเมินความสอดคล้องภายในของคำถามในแบบสอบถามและตรวจสอบว่า แบบสอบถามสามารถให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ นอกจากนี้ยังได้มีการคำนวณค่า Cronbach's Alpha ซึ่งเป็นเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการประเมินความสอดคล้องภายในของชุดคำถามในแบบสอบถาม โดยได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.85 ซึ่งแสดงถึงความน่าเชื่อถือที่ดีของเครื่องมือวิจัย

การเก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ การเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวที่พบในสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก การเก็บข้อมูลในลักษณะนี้จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและสามารถเก็บข้อมูลได้ในระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งทำให้สะดวกและรวดเร็วในการดำเนินการวิจัย

การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างจะมาจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เคยพักในที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยจะเลือกจากกลุ่มที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในภูเก็ตไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักในปัจจุบัน ข้อมูลที่ได้จะสะท้อนถึงความเป็นจริงและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนาอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางเป็นร้อยละ โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงถึง มีอิทธิพลมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แสดงถึง มีอิทธิพลมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แสดงถึง มีอิทธิพลปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แสดงถึง มีอิทธิพลน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แสดงถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่า t (Independent sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Dunnett's T3

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต สรุปผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต มากกว่า 1 ครั้ง (ร้อยละ 57.0) และมีเหตุผลในการเดินทางเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย (ร้อยละ 68.0) มีการวางแผนการเดินทาง ก่อนล่วงหน้า 1 - 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 30.8) และนิยมเดินทางในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม (ร้อยละ 66.3) สำหรับลักษณะที่พัก เลือกลักษณะที่พักเป็นโรงแรมมากที่สุด จำนวน 68 คน ร้อยละ 17.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท จำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.3) และอันดับที่ 3 คือ บ้านพัก จำนวน 52 คน (ร้อยละ 13.0) ตามลำดับ ขณะที่ส่วนที่เหลือเลือกพักในลักษณะที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น บ้านพักตากอากาศส่วนตัวหรือเกสต์เฮาส์ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักเหล่านี้ อาจมาจากความหลากหลายของตัวเลือกที่พักในจังหวัดภูเก็ตที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ทั้งในด้านงบประมาณ ความสะดวกสบาย และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของที่พัก มีจำนวนในการพักค้างคืน 2 คืน (ร้อยละ 45.5) โดยมีราคาห้องพัก อยู่ที่ 500 - 800 บาท (ร้อยละ 43.3)

ข้อกำหนดในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการประเมินราคาห้องพักในแบบสอบถาม จึงมีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อไม่รวมผู้ที่เลือกพักอาศัยในบ้านเพื่อนหรือบ้านญาติเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการที่พักเชิงพาณิชย์ เช่น โรงแรม รีสอร์ท หรือที่พักรูปแบบอื่น ๆ เท่านั้น การกำหนดนี้ช่วยให้การวิเคราะห์สามารถสะท้อนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดที่พักในจังหวัดภูเก็ตอย่างแท้จริง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เลือกพักในลักษณะอื่น ๆ นอกจากโรงแรม มักเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 43.3) และเดินทางร่วมกับครอบครัว (ร้อยละ 27.5) โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก (ร้อยละ 68.0) และนิยมจองที่พักผ่านเว็บไซต์จองที่พัก (ร้อยละ 21.0) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก คือ ครอบครัว (ร้อยละ 25.5)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านการบริการ	3.23	0.759	ปานกลาง
ปัจจัยด้านความสะดวกและความสะอาดของที่พัก	3.19	0.862	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก	3.27	0.886	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23	0.674	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (3.32) เมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.27) ด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ด้านความสะอาดและความสะดวกสบายของที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับอิทธิพล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.22	0.808	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	3.20	0.846	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง	3.22	0.796	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	0.826	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22	0.615	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (3.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.24) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ด้านสถานที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.22) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means				
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Mean Difference	p
ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	ชาย	3.13	0.576	-3.115	-.208	.002
	หญิง	3.33	0.744			

จากตารางที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล		SS	df	MS	F	Sig.
รายได้	Between Groups	37.513	5	7.503	20.538	.000*
	Within Groups	143.931	394	.365		
	Total	181.444	399			
อาชีพ	Between Groups	12.247	4	3.062	7.148	.000*
	Within Groups	169.197	395	.428		
	Total	181.444	399			
ระดับการศึกษา	Between Groups	10.742	5	2.148	4.959	.000*
	Within Groups	170.702	394	.433		
	Total	181.444	399			

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means				
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Mean Difference	p
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	ชาย	3.14	0.520	-2.701	-.165	.007*
	หญิง	3.30	0.686			

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 6 การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล		SS	df	MS	F	Sig.
รายได้	Between Groups	27.492	5	5.498	17.519	.000*
	Within Groups	123.661	394	.314		
	Total	151.153	399			
อาชีพ	Between Groups	9.635	4	2.409	6.723	.000*
	Within Groups	141.519	395	.358		
	Total	151.153	399			
ระดับการศึกษา	Between Groups	8.174	5	1.635	4.505	.001*
	Within Groups	142.979	394	.363		
	Total	151.153	399			

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2563)** ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติและระดับการศึกษาต่างกันยังมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้ตอกย้ำว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้และการศึกษาสูง มักให้ความสำคัญกับมาตรฐานของที่พักรและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความสะอาด ระเบียบรักษาความปลอดภัย และเทคโนโลยีในที่พักร ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ต่ำหรืออาชีพอิสระ มักพิจารณาปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก มากกว่าปัจจัยด้านคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

การศึกษาในครั้งนี้ช่วยยืนยันว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

2. ลักษณะพฤติกรรมเลือกใช้บริการที่พัก ในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เลือกลักษณะที่พักเป็นโรงแรม รองลงมาส่วนใหญ่เลือกลักษณะที่พักเป็นรีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วัชรินทร์ เกษร (2016)** ที่ศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยพบว่า โรงแรมและรีสอร์ทเป็นประเภทที่พักที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาวที่มีบริการครบครัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวในภูเก็ตมักเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทโรงแรม นอกจากนี้ยังพบว่า รีสอร์ทได้รับความนิยมรองลงมา เนื่องจากมีลักษณะการพักผ่อนที่เป็นส่วนตัวและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสงบและประสบการณ์ที่แตกต่างจากการพักในโรงแรม โดยการเลือกรีสอร์ทมักจะเชื่อมโยงกับความต้องการที่พักผ่อนที่มีความเงียบสงบ และการให้บริการที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์เฉพาะตัว ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงสามารถกล่าวได้ว่า การเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นไปที่การเลือกโรงแรมเป็นหลัก เนื่องจากความสะดวกสบายและบริการที่ครบครัน ขณะที่รีสอร์ทยังคงเป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมรองลงมาในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์การพักผ่อนที่เป็นส่วนตัวและเงียบสงบ

4. ปัญหา และอุปสรรคในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับการจอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ประสพชัย พสุนนท์ (2564)** ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ งานวิจัยดังกล่าว พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เช่น ช่องทางการจองออนไลน์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นและส่วนลด มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาระบุว่า ช่องทางการจองที่ซับซ้อน หรือการขาดข้อมูลที่ชัดเจน เช่น ราคา รายละเอียดห้องพัก หรือเงื่อนไขการจอง เป็นอุปสรรคสำคัญที่ลดความมั่นใจและความสะดวกในการตัดสินใจเลือกที่พัก เหตุผลที่เป็นเช่นนี้ อาจมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีการพึ่งพาการจองผ่านระบบออนไลน์มากขึ้นในยุคดิจิทัล นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลที่ครบถ้วน เช่น รีวิวจากผู้ใช้งาน ราคาเปรียบเทียบ และความชัดเจนในข้อกำหนด หากข้อมูลเหล่านี้ไม่โปร่งใสหรือเข้าถึงยาก อาจทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นที่ตอบสนองความต้องการได้ดีกว่า งานวิจัยของประสพชัย พสุนนท์ (2564) ยังชี้ให้เห็นว่า การจัดโปรโมชั่นที่สอดคล้องกับฤดูกาลท่องเที่ยว และการนำเสนอข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มจองออนไลน์ เช่น Agoda หรือ Booking.com อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดอุปสรรคในการจองที่พักได้ ดังนั้น การพัฒนาช่องทางการจองออนไลน์ที่สะดวกและชัดเจนควบคู่ไปกับการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและลดอุปสรรคในการจองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **มุสตี กลางรัก (2560)** ซึ่งศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ โดยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การมอบส่วนลด การจัดโปรโมชั่นพิเศษ และการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการจัดโปรโมชั่นและการใช้สื่อดิจิทัล เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่นิยมค้นหาข้อมูลและทำการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลัก

ข้อจำกัดของงานวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงราคาที่พัก 500 - 800 บาท โดยให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการตลาด อย่างไรก็ตาม การศึกษาควรพิจารณาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกที่พักในช่วงราคาที่หลากหลาย (ต่ำกว่า 500 บาท และสูงกว่า 800 บาท) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนพฤติกรรมเลือกที่พักในมิติที่ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ท่าเลที่ตั้ง ความสะอาด การบริการ และความปลอดภัยของที่พัก ทั้งนี้ การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันในแง่ของรายได้และช่วงฤดูท่องเที่ยว อาจช่วยเพิ่มความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้มากขึ้น

สรุป

การเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ตสะท้อนพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น รายได้ อาชีพ และการศึกษา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกโรงแรม ตามด้วยรีสอร์ทและบังกะโล ด้านคุณภาพบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและความคุ้มค่า ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาการจอง เช่น ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือโปรโมชั่นไม่โปร่งใส เป็นอุปสรรคสำคัญที่ลดความพึงพอใจ การส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นที่ชัดเจน และการใช้สื่อดิจิทัล ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มการตัดสินใจใช้บริการที่พัก ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมในการเลือกที่พัก และเป็นแนวทางพัฒนาเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- พัฒนาและปรับปรุงข้อมูลการจองที่พัก ควรมีการจัดทำข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใสเกี่ยวกับราคาที่พัก ช่องทางการจอง และโปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์และแพลตฟอร์มจองที่เข้าถึงง่าย เพื่อช่วยลดปัญหาและความไม่มั่นใจในการจองที่พัก
- ส่งเสริมการตลาดและโปรโมชั่นที่หลากหลาย ควรมีการจัดทำแคมเปญโปรโมชั่นที่หลากหลาย เช่น ส่วนลด โปรโมชั่นแบบแพ็คเกจ และสิทธิพิเศษต่าง ๆ ผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และการโฆษณาออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
- ยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ผู้ให้บริการที่พักควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานการบริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว
- จัดกิจกรรมและโฆษณาเน้นการสร้างการรับรู้ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น การจัดงานเทศกาล การจัดทัวร์ หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างความสนใจและโอกาสในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต
- พัฒนาแพลตฟอร์มการจองที่ใช้งานง่ายและสะดวก ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มการจองที่ใช้งานง่าย ปลอดภัย และรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี
- ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว การตลาด และบริการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ
- การพัฒนาแผนการตลาด ผู้ประกอบการที่พักควรเพิ่มความหลากหลายในแคมเปญการตลาด เช่น การจัดทำโปรโมชั่นที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าระดับบน เช่น แพ็คเกจพิเศษ หรือบริการเสริมเฉพาะกลุ่มสนับสนุนการใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย หรือแพลตฟอร์มการจองที่พัก เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล
- การพัฒนาการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การปรับปรุงห้องพัก ให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าระดับต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้การบริการมีมาตรฐานและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
- การปรับปรุงกระบวนการจองควรจัดหาระบบจองที่มีความชัดเจนและใช้งานง่าย เช่น การระบุรายละเอียดที่พัก ราคา และโปรโมชั่นที่โปร่งใส เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- ขยายกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายยิ่งขึ้น ทั้งในด้านประเทศต้นทาง เพศ อายุ และประเภทการเดินทาง เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับพฤติกรรมที่หลากหลาย
- ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการเลือกที่พัก ควรทำการวิจัยในประเด็นปัจจัยจูงใจที่หลากหลาย เช่น ความสะดวก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ราคาที่พัก และการตลาดดิจิทัล เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด
- เพิ่มมิติการวิจัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ควรศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีและช่องทางการตลาดดิจิทัลที่ใช้ในการตัดสินใจจองที่พัก เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มการจองต่าง ๆ เพื่อเข้าใจว่ามีบทบาทอย่างไรในการตัดสินใจ
- ศึกษาปัจจัยปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้อง ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้ ราคาที่พัก และปัจจัยสังคมที่อาจมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก

5. ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมทางเลือกใช้ที่พักระหว่างช่วงฤดูกาลต่าง ๆ ควรทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว เพื่อดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักหรือไม่

6. เน้นการวิจัยในมิติการจัดการปัญหาและอุปสรรคในการจองที่พัก ควรมีการศึกษาที่เจาะลึกในประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวพบเจอระหว่างการจองที่พัก เพื่อพัฒนาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด

7. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

8. ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือกลุ่มที่พักระดับหรู เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถประยุกต์ใช้ได้กับตลาดที่พักในทุกระดับ

เอกสารอ้างอิง

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์. (2563). คุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(2), 45-54.

ประสพชัย พสุนนท์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในโครงการภูเก็ตบ็อกซ์. *วารสารศิลปศาสตร์*, 18(2), 45-63.

ผุสดี กลางรัก. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณอ่าวนางจังหวัดกระบี่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วัชรินทร์ เกิดทรัพย์. (2559). การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารร่วมพฤษภูมิ*, 34(3), 45-58.

ศุทธิกานต์ คงคล้าย และ ธัญเทพ ยะติวัฒน์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 11(ฉบับพิเศษ), 19-32.

MGR Online. (2022). "จำนวนนักท่องเที่ยวและห้องพักในภูเก็ต". สืบค้นจาก <https://mgronline.com/south/detail/9660000009614>

Toh, R. S., DeKay, F., & Raven, P. (2011). Travel planning: Searching for and booking hotels on the internet. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(4), 388-398.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Publications New York, Harper and Row.