

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

Factors Relation to Resort Selection Behavior of Tourists in Suan Phung District
of Ratchaburi Province

วสันต์ กานต์วรรตน์

Wasan Kanworarat

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Siam Technology College, Thailand.

E-mail: nong2224@hotmail.com

Received May 20, 2020; Revised June 12, 2020; Accepted August 20, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และ 2) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ทอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ โดยดำเนินการสุ่มแบบง่าย ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน และค่า Chi -Square (χ^2) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จำแนกตามด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทที่มีความสัมพันธ์กันกับด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กัน ราคาที่พัก รีสอร์ทที่เลือกใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันกับด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร จำนวนคนที่เข้าพัก รีสอร์ทไม่มีความสัมพันธ์กัน การเลือกช่วงวันในการเข้าพัก รีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด วิธีการสำรวจห้องพักรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับด้านกระบวนการให้บริการ และในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด; พฤติกรรมลูกค้า; นักท่องเที่ยว

Abstract

The research study is about Factors Relation to Resort Selection Behavior of Tourists in Suan Phung District of Ratchaburi Province. The aims of the research were 1) to study the behavior of selecting the resorts to stay from tourists in Suan Peung district, Ratchaburi province and 2) to study the factors and behaviors of selecting the resorts to stay. The respondents for this research were tourists both Thai and foreigners that came to use the services at the resorts in Suan Peung district Ratchaburi province. The results were calculated by the formula of Taro Yamane by using simple random sampling for 400 sampled values. The statistics used for analyzing were frequencies, percentage, mean, standard deviation, and chi-square (χ^2). The analyzed statistics were calculated by computer program called Statistical Package.

The results showed that the relationship between personal factors and behavioral associated with the resorts from the tourists were distributed by demographic areas, such as gender, age, occupation, and income salary, have the statistics level at 0.05

The results for relationship between marketing services and behavioral of selecting resorts from the tourists, due to the frequencies of using services from resorts were no relationship between physical environment and days staying at the resorts. Also, there was no relationship between the prices and marketing services. However, the days selected to use the services as well as the ways to contact for reservation has some relationship depending on process of reservations and services provided. For the reasons for selecting resorts have the relationship with the product and services as well as the medium for providing services in the statistical level of 0.05.

Keywords: Marketing Mix; Customer Behavior; Tourists

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจบริการด้านที่พักที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล และเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ กระตุ้นการลงทุน และเพิ่มอัตราการขยายตัวของธุรกิจสร้างความหลากหลายในธุรกิจการให้บริการ อันส่งผลให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับผู้มีส่วนร่วมในวงกว้าง สังคมมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ขณะเดียวกันก่อให้เกิดมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ตลอดจนท้องถิ่นยังได้มีการพัฒนาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงบทบาทสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจและชุมชนเป็นอย่างดี โดยในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับที่พักและโรงแรมมีการสร้างเพิ่มขึ้นมากมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ธุรกิจเหล่านี้ได้มีการสร้างความแตกต่างทั้งรูปแบบโครงสร้างและการบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการของตน ประกอบกับในปัจจุบันธุรกิจที่พักและโรงแรม ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรมซึ่งพบเห็นกันทั่วไป อาทิ รีสอร์ท บูติคโฮเต็ล เกสต์เฮาส์ เป็นต้น แต่ละแห่งก็จะมีรูปแบบของห้องพักในสภาพโดยรวมที่มีความหลากหลาย และสร้างความแตกต่างกันออกไปทั้งในรูปลักษณ์ สีสันทนาการออกแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก จึงสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคคลแต่ละกลุ่ม แต่ละสัญชาติตามรสนิยมของตน

รีสอร์ทเป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้บริการ เนื่องจากส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ มีบรรยากาศ ทิวทัศน์ ที่สวยงาม โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรีเป็นพื้นที่หุบเขา มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติที่งดงาม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถ้ำ น้ำตก และยังมีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อนตากอากาศ และรักษาสุขภาพเป็นอย่างดี มีบรรยากาศสงบร่มรื่น อากาศบริสุทธิ์เย็นสบาย รวมทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร

อำเภอสวนผึ้งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวและวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากอยู่ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน และช่วงเทศกาลคริสต์มาสต่อเนื่องถึงช่วงปีใหม่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักผ่อนและรักษาสุขภาพในจังหวัดราชบุรี ธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ท เพื่อตอบสนองความต้องการของการท่องเที่ยวในเรื่องของที่พักค้างแรมระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยว รีสอร์ทจึงมีการกระจายขึ้นตามจุดต่างๆ ของบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันการคมนาคมมีความสะดวกมากขึ้น การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นผู้ประกอบการที่พักแบบรีสอร์ท จึงพยายามสร้างจุดเด่นในการบริการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ไม่เพียงแต่ธุรกิจที่พักเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจบริการด้านอื่นๆ หันมาสนองตอบความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัด และความคาดหวังของผู้ที่มาใช้บริการทำให้ธุรกิจบริการต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก รีสอร์ทใช้ในการวางแผน พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไป เพื่อให้อยู่ควบคู่กับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป อีกทั้งเป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับภาครัฐในการนำข้อมูลครั้งนี้ประกอบการทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างดีที่สุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

1. **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ** อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ.(2550). ได้อธิบายทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของ Phillip Kotler ว่า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์

2. **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้อธิบายว่า “ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆ เสมอ ซึ่งสาเหตุดังกล่าวจะเป็นสิ่งกระตุ้นทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ และจากความต้องการดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจเพื่อแสดงพฤติกรรมออกมา” จากทฤษฎีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีลักษณะดังนี้ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการขึ้น 2) พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นย่อมมีเป้าหมายในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับที่พัก รีสอร์ท** การจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมหรือโรงแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่แขก หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมจึงแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว และได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่นๆ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวแล้ว เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าอยู่เป็นที่พักประจำสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการความสะดวกสบายต่างๆ แก่แขกอย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ เช่น การส่งจดหมาย โทรเลข หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ องค์กรประกอบดังกล่าวแล้วต้องจัดบริการให้แขกเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการติดต่อธุรกิจ และการพักผ่อนอย่างพอเพียง เพื่อให้การบริการเกิดความประทับใจ

3.2 โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้แขกเช่าพักอาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่แขกและลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้ง โดยปกติแล้วอยู่ในบริเวณชานเมืองเพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย แต่ก็มีบางโรงแรมตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกในการติดต่อการงาน

3.3 รีสอร์ท (Resorts) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเลหรือบริเวณภูเขา ทั้งนี้เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เช่น ห้องอาหาร การชกักรีด การติดต่อสื่อสาร หรือบริการอื่นๆ เหมือนโรงแรมทั่วไป แต่ต้องเน้นบริการทางด้านนันทนาการ และนันทนาการแก่แขกให้มากกว่าโรงแรมทั่วไป ดังนั้นโรงแรมรีสอร์ทต้องจัดสร้างสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่นๆ ให้กับแขกผู้มาพัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในด้านการพักผ่อนเป็นหลัก ในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทนอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว การตอบสนองลูกค้าเพื่อการเพื่อการประชุม สัมมนา การจัดงานเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สถานที่ดังกล่าวแล้วนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะสามารถลดค่าบริการได้ต่ำกว่าฤดูกาลท่องเที่ยว

4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอสนม จังหวัดราชบุรี เดิมอำเภอสนมเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอมอนบึง จังหวัดราชบุรี เรียกว่า ตำบลสนม เป็นตำบลที่กว้างขวาง ทิศกันดารเต็มไปด้วยภูเขา ป่าไม้ การคมนาคมไม่สะดวก ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง แบ่งเป็น 16 หมู่บ้าน การปกครองดูแลเป็นไปด้วยความยากลำบาก รัฐบาลจึงได้ส่งหน่วยพัฒนาการเคลื่อนที่ที่ 20 กองอำนวยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ (กรป.กลาง) กองบัญชาการทหารสูงสุดประกอบด้วย 3 เหล่าทัพและข้าราชการพลเรือน ซึ่งเป็นผู้แทนของกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ร่วมกันพัฒนาตำบลสนมเป็นการเข้าไปแนะนำความรู้ จากเมืองสู่ชุมชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ คมนาคม และการเมือง ตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2511 ต่อมากระทรวงมหาดไทยได้แบ่งพื้นที่อำเภอจอนบึง โดยตั้งเป็นกิ่งอำเภอสนมตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517 และต่อมาได้ยกฐานะเป็น “อำเภอสนม” เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2526 โดยที่มาของคำว่า “สนม” เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของอำเภอสนมมีสภาพแวดล้อมประกอบด้วย

ธรรมชาติ ป่าไม้ เพื่อรักษา และต้นไม้ชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านเรียกว่า “ต้นผึ้ง” ซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีเปลือกสีขาวนวล ไม่มีกะเทาะหรือลอกให้เห็นมีดอกสีเหลืองสดและมีกลิ่นหอมที่สำคัญคือจะมีผึ้งจำนวนมากนับแสนนับล้านตัว ชอบมาอาศัยทำรังบนต้นผึ้งนี้เท่านั้น จากคำกล่าวของร้านขายยาหรือพ่อค้าในตลาดราชบุรีจะถามเสมอว่า “น้ำผึ้งได้มาจากป่าไหน” คำตอบที่ได้จากพ่อค้าที่ไปรับซื้อออกมาจากป่าคือ “มาจากป่ากะเหรี่ยงโน้น ผึ้ง มาทำรังบนต้นผึ้งเป็นร้อยๆ” ต้นผึ้งมักขึ้นอยู่ตามฝั่งลำภาชีเป็นกลุ่มๆ มีแต่พวกพรานกะเหรี่ยงเท่านั้นที่ขึ้นไปเอาผึ้งลงมาได้ ซึ่งน้ำผึ้งเดือนห้าจากป่ากะเหรี่ยงนี้มีชื่อมาก และชาวราชบุรีจะเรียกว่าน้ำผึ้งจากสวนผึ้ง จากนั้นชื่อของบ้านสวนผึ้งจึงปรากฏเป็นชื่อหมู่บ้านจากกะเหรี่ยงที่ได้นำน้ำผึ้งและของป่าถวายรัชกาลที่ 5 เมื่อคราวเสด็จประพาสถ้ำจอมพลเมื่อปี พ.ศ. 2438 ตำบลสวนผึ้งจึงเป็นตำบลเมื่อตั้งเป็นกิ่งอำเภอจอมบึง พ.ศ. 2438 สมัยมณฑลราชบุรี

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การะเกด แก้วมรกต (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า โดยรวมมีระดับการความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้านเรียงตามลำดับ คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

พัฒนารพี ศรีตุลา (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยการตลาด ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการทุกประเด็น และพบว่า ปัจจัยการตลาดของโรงแรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรม

กัมปนาท บุญพ้อมี (2551) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต กรณีศึกษา : เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า เหตุผลการเลือกที่พักจะพิจารณาด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมากับครอบครัว ได้รับข้อมูลแนะนำบริการที่พักจากตัวแทน มีการจอง/สำรองสถานที่พัก ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเอง และจะกลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมอีก ส่วนเหตุผลที่ไม่กลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมเพราะการเดินทางไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่ม มากที่สุด โดยเน้นเรื่องความสะดวกสบายของห้องพักและห้องน้ำ รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพเน้นเรื่องความสะดวกสบายบริเวณสถานที่โดยรอบของที่พัก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ทของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากสถิติในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 363,058 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ตอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยดำเนินการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน (จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 363,058 คน)

ขั้นตอนการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีวิธีการสร้างและมีลักษณะแบบสอบถาม ดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้ 1) ผู้วิจัยได้จัดทำทีมงานในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยอบรมแนะนำทีมงานให้เข้าใจแบบสอบถามและทดสอบจนเชื่อว่ามีความชำนาญก่อนการออกเก็บจริงในพื้นที่ 2) ทีมงานทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ตามเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และ 3) นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์หาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี วิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 29.75 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท จำนวนวันในการเข้าพักรีสอร์ทต่อครั้ง ราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการ จำนวนคนที่เข้าพักรีสอร์ท การเลือกช่วงวันในการเข้าพักรีสอร์ท วิธีการสำรองห้องพักพักรีสอร์ทและเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่พักรีสอร์ทปีละ 2–3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.50 ซึ่งในการเข้าพักรีสอร์ทในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลา 2–3 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.50 โดยราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่เข้าพักรีสอร์ทเป็นจำนวน 2–3 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ทั้งนี้ช่วงวันที่เข้าพักรีสอร์ทส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 48.50 วิธีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สำรองห้องพัก คือ ทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 67.25 และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยแสดงเป็นภาพรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวม และรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ
เฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.20	0.40	มาก
เฉลี่ยรวมด้านราคา	3.90	0.56	มาก
เฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	0.87	มาก
เฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	4.18	0.69	มาก
เฉลี่ยรวมด้านบุคลากร	4.46	0.59	มาก
เฉลี่ยรวมด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	0.47	มาก
เฉลี่ยรวมด้านกระบวนการให้บริการ	4.21	0.48	มาก
โดยภาพรวม	4.20	0.40	มาก

จากตารางที่ 1.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง 2) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท และ 3) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง และ 2) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนคนที่เข้าพัก รีสอร์ท และ 2) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 รายการ ได้แก่ 1) ความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท 2) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง 3) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท และ 4) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องจำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้งพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องราคาที่เข้าพัก รีสอร์ทที่เลือกใช้บริการพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 2) ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องจำนวนคนที่เข้าพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องการเลือกช่วงวันในการเข้าพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องวิธีการสำรองห้องพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 3) ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการที่พักรีสอร์ทปีละ 2-3 ครั้ง ซึ่งในการเข้าพักที่รีสอร์ทในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลา 2-3 วัน โดยราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการอยู่ระหว่าง 500 - 1,000 บาท ส่วนใหญ่เข้าพักที่รีสอร์ทเป็นจำนวน 2-3 คน ทั้งนี้ช่วงวันที่เข้าพักที่รีสอร์ทส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเทศกาล และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของเพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ จึงเหมาะสำหรับการสร้างที่พักที่รีสอร์ทเป็น อย่างมาก เหมาะกับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่ต้องการธรรมชาติ ความเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัว จากผลการวิจัยจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักที่รีสอร์ทปีละ 2-3 ครั้ง เพราะจังหวัดราชบุรีสะดวกต่อการเดินทางมาพักผ่อนหรือท่องเที่ยวเพราะไม่ไกลจากเมืองหลวงมากนัก โดยจะเลือกวันหยุดเทศกาลเพราะส่วนใหญ่จะหยุดพร้อมกันจึงเหมาะกับการมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่รีสอร์ทเป็น อย่างมาก ซึ่งการเข้าพักแต่ละครั้งก็พักไม่เกิน 2-3 วันเป็นการเข้าพักในช่วงเวลาสั้นๆ และเห็นว่าราคาที่พักรีสอร์ทก็ไม่แพงเท่ากับโรงแรม จึงทำให้รีสอร์ทเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และเหตุผลที่สำคัญอีกอย่างที่นักท่องเที่ยวเลือกพักรีสอร์ทเพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับอนุภา สายบัวทอง (2550) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการอัตราห้องพักในราคา 500-1,000 บาท และอธิบดี เนติ

รังษิรัชรา (2551) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในช่วงวันหยุดเทศกาล โดยใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เนื่องจากว่า รายได้ที่แตกต่างกันทำให้มีการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะเลือกเข้าพักปีละ 1 ครั้ง แต่ในแต่ละครั้งจะพักเป็นเวลา 3-5 วัน เพื่อให้การพักผ่อนคุ้มค่าที่สุด และเลือกพักรีสอร์ทที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเพราะจะได้ไม่เสียเวลาในการเดินทาง จากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งต่างจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีกำลังในการเลือกใช้บริการที่พักได้บ่อยปีละ 2-3 ครั้ง ทั้งนี้จะเห็นว่าการเข้าพักจะพักครั้งละ 1 วัน อาจเป็นเพราะว่าต้องการมาพักผ่อนโดยตรงมากกว่ามาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องการความสงบ ความเป็นส่วนตัว และความเป็นธรรมชาติเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายมากกว่า สอดคล้องไพศาล ทองคำ (2551) พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ ราคาที่พัก ส่วนกลุ่มรายได้มากกว่า 2,901 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ ความปลอดภัย ดังนั้นการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวจึงพอใจเลือกใช้ตามระดับรายได้ของตน และสอดคล้องกรรณเกษม วสันตวิภูวดี (2551) ที่ทำการศึกษาคำปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักรของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีผล ได้แก่ ปัจจัยสำคัญ คือ รายได้ นั้นหมายถึงว่ารายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อหรือใช้บริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่อง จำนวนวันในการเข้าพักพักรีสอร์ทต่อครั้ง และในเรื่อง จำนวนคนที่เข้าพักพักรีสอร์ท ทั้งนี้เนื่องจากว่า ที่พักพักรีสอร์ทที่มีคุณภาพที่ดี มีมาตรฐานอยู่ในระดับที่น่าพอใจแล้ว ถึงแม้ว่าจะเข้าพัก 1 วันหรือมากกว่า 1 วัน และในการเข้าพักในแต่ละครั้งจะเข้าพักคนเดียวหรือหลายคนก็ตาม นักท่องเที่ยวก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากนัก แสดงว่า ผู้เข้าพักมีความพึงพอใจและประทับใจ และกลับมาใช้บริการจากที่พักพักรีสอร์ทอีกครั้ง สอดคล้องกับวิจัย สอดคล้องกับวรชรา ภรณ์ โลหะชาละ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจโรงแรมมีลักษณะพื้นฐานที่ไม่แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น คือ มีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้ และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สภาพอากาศ ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะทางสังคมวัฒนธรรม และ

อื่นๆ โดยผู้ให้บริการมีบทบาทต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการมากที่สุด และยังสอดคล้องกับไพศาล ทองคำ (2551) พบว่า หลักการในการให้บริการจะต้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และไม่ก่อผลเสียใดๆ เมื่อบริการที่พึง และการบริการที่ประทับใจตรงตามความต้องการของลูกค้าแล้ว ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การตั้งราคาของที่พักรีสอร์ท ควรตั้งราคาให้หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้เข้าพักหรือนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะมองว่าราคาที่พักรีสอร์ทเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักตลอดเวลา อันจะส่งผลให้ที่พักรีสอร์ทสามารถอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ

2. ควรวางแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ถึงแม้ว่าจากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่อง จำนวนวันในการเข้าพักที่พักรีสอร์ทต่อครั้ง และในเรื่อง จำนวนคนที่เข้าพักที่พักรีสอร์ท ก็ตาม ทั้งนี้ผู้บริหารก็ไม่ควรละเลย แต่ควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจบริการที่พักรีสอร์ทในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรีสอร์ทที่มีความสนใจ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการต่อไป

2. ควรศึกษาการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรีสอร์ทสามารถนำไปวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าชาวต่างชาติเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรรณเกษม วสันตวิษุวัต. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติคในจังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2557, จาก <http://www.tat.or.th>.
- โกศล วัชรโพน. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัมปนาท บุญพ้อม. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตกรณีศึกษา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ไพศาล ทองคำ. (2551). *พฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาบริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- รัตนภรณ์ ถาวร. (2550). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วชิราภรณ์ โลหะขาละ. (2545). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิรดี เนติรังสีวัชร. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในจังหวัดนครราชสีมา*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- อณูภา สายบัวทอง. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหินรีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.