

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ
ในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต

Marketing Mix Factors Influencing Tourists on Walking Street
Tour in Phuket

กนิษฐา เกิดฤทธิ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต

โทร. 085-682-2289, E-mail: kakerd@rpu.ac.th

Kanittha Kerdrut

Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration,

Rajapruck University, Phuket Center

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต และ 2) เพื่อเปรียบเทียบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้านนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต

Abstract

The objectives of the research are as following, 1) to study the marketing mix factors influencing tourists on Walking street tour in Phuket 2) to compare the given priority with the marketing mix factors on tourism of Walking street in Phuket from tourists by personal factors. This research result indicates that overall 7 marketing mix factors of Walking street tour in Phuket at the high level. In terms of the marketing mix factors, tourists give the highest importance on products and service, people,

process, physical evidence, place, price respectively. Additionally, tourists give the least important aspect on promotion.

Keywords: the marketing mix factors, walking street, Phuket

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เช่น หมู่เกาะ เกาะแก่งต่าง ๆ ชายหาด แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จึงเป็นเหตุผลที่ให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น จากข้อมูลสถิติการการท่องเที่ยว พบว่า ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 8.7 ล้านคน โดยมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมากที่สุด รองลงมา คือ ยุโรป คิดเป็นสัดส่วน 55.3% และ 26.4% ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียตะวันออกด้วยกัน พบว่า สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศในอาเซียน รองลงมา คือ จีนและญี่ปุ่น ตามลำดับส่วนยุโรปนั้น สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากรัสเซีย รองลงมา คือ สหราชอาณาจักร และเยอรมนี ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนกตามภูมิภาคของประเทศไทยโดยข้อมูลสถิติการการท่องเที่ยว พบว่า ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 (ไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร) ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 6.1 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 20.9% เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดของแต่ละภูมิภาค และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 104,437 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 25.7% เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของแต่ละภูมิภาค จากข้อมูลสถิติการการท่องเที่ยว เปรียบเทียบ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนกตามแต่ละจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ พบว่า ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ภูเก็ต รองลงมา คือ สงขลา และกระบี่ จำนวน 2.09 0.64 และ 0.57 ล้านคน ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วน 39.8%, 12.3% และ 10.9% ตามลำดับ (สิริวุฒิ อ่อนดำ, 2557: ออนไลน์)

จังหวัดภูเก็ตสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยว จำนวน 67,082 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 64.2% เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของแต่ละจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ และคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 75.9% เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดในพื้นที่ภาคใต้

วรรณประภา สุขสมบูรณ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต กล่าวว่าในปี 2555 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ถึง 10 ล้าน 7 แสนคน แยกเป็น นักท่องเที่ยวไทย 3 ล้านกว่าคน นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 8 ล้านกว่าคน และสำหรับจำนวน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภูเก็ตในปี 2556 มากที่สุดเป็นอันดับ 1 เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อันดับ 2 เป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ตามด้วยนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลีย และอินเดียตามลำดับ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวยุโรปก็ไม่ได้หายไปไหนยังจัดอยู่ใน 10 อันดับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ภูเก็ต แต่อาจแบ่งไปเที่ยวตามจังหวัดอื่น เช่น พังงา กระบี่ ถึงอย่างไรหาดทรายที่สวยงามของ จังหวัดภูเก็ตก็ยังเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่และสำหรับนักท่องเที่ยวไทยก็ยังเดินทางเข้ามา เที่ยวภูเก็ตอยู่ และมีปริมาณนักท่องเที่ยวคุณภาพเพิ่มมากขึ้นส่วนใหญ่เป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่มา เที่ยวจังหวัดภูเก็ตก็ยังมุ่งไปที่หาดทรายขาวทะเล ในขณะที่เดียวกันก็พยายามที่จะสร้างสรรค์หา สินค้าใหม่ ๆ แนะนำให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น เช่น ทางเทศบาลนครภูเก็ตก็พยายามปรับปรุง สถานที่ต่าง ๆ ในตัวเมืองด้วยการนำเสาไฟฟ้าลงดิน เพื่อดึงนักท่องเที่ยวไม่ให้กระจุกตัวอยู่ตาม ชายหาดหันมาเที่ยวในเมืองมากขึ้น อย่างเช่นเส้นทางชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตเส้นทางตึกชิโนโปรตุกีส เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับภาพบรรยากาศกลางคืนเข้ามาเดินเล่นในเมืองมาชมวิถีชีวิต ความเป็นมาของคนภูเก็ตว่าอยู่กันอย่างไร (หนังสือพิมพ์เสียงใต้, 2557: ออนไลน์)

ถนนกลางในช่วงเวลากลางคืน ตอนปิดถนนคนเดินจะมีร้านค้าตั้งวางเล็ก ๆ ข้างถนน บ้างก็ เล่นดนตรี ขายของประติมากรรมจากนักเรียน ของแปลก ๆ หลากหลาย มีการจำหน่ายสินค้าอาหาร พื้นเมือง ขนมโบราณที่หารับประทานได้ยาก การออกร้านจำหน่ายผลงานแฮนด์เมด (Handmade) สนับสนุนโอท็อปคนรุ่นใหม่ และการนั่งรถชมเมืองเก่าซึ่งเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

การจัดโครงการถนนคนเดินมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนย่านเมืองเก่าได้ต้อนรับ นักท่องเที่ยวและประชาชนในจังหวัด ได้มาลิ้มรสอาหารพื้นเมือง สำหรับสินค้าได้ผ่านการคัดสรรจาก คณะกรรมการจัดงานฯ ให้เป็นสินค้าพื้นเมืองพร้อมกันกับบรรดาศักดิ์ให้เจ้าหน้าที่และผู้ร่วมงานแต่งกาย ด้วยชุดพื้นเมือง นักท่องเที่ยวยังสามารถเพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจไปกับเสื้อผ้าการแต่งกายด้วยชุด พื้นเมืองการแสดงต่าง ๆ ตลอดความยาวนานและความสวยงามของอาคารบ้านเรือนในรูปแบบ สถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส (องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต, 2556)

ด้วยเหตุที่ถนนคนเดินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ มีความน่าสนใจ แตกต่างจากแหล่ง ท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในจังหวัดภูเก็ต อีกทั้งยังมีสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่าง ศิลปวัฒนธรรมจีนและศิลปะของโปรตุเกสที่สะดุดตา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรม ของชาวภูเก็ต และถนนคนเดินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรม และสนุกสนานกับการจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า แต่ในปัจจุบันอาจจะยังมีสินค้าและอาหารพื้นเมืองบาง ประเภทที่ยังขาดหายไป และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการนิยมนำสินค้าที่เป็นที่นิยมในขณะนั้นมาวางขาย

เสียมากกว่า ทำให้ไม่สามารถแสดงออกถึงความเป็นภูเก็ได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้เห็นว่าการแสดงออก
ความเป็นภูเก็ของสินค้าที่จำหน่ายในถนนคนเดินนั้นมีความสำคัญมาก หากไม่แสดงออกถึงความเป็น
ภูเก็ คงเปรียบได้กับถนนคนเดินทั่วไปและอาจไม่เป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยว อีกทั้งการนำ
สินค้าพื้นเมืองหรืออาหารพื้นเมืองมาจำหน่ายยังเป็นการช่วยเหลือชุมชน คนในชุมชน เป็นการเพิ่ม
รายได้ รวมไปถึงเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมต่าง ๆ ของภูเก็ในอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้การจับจ่ายใช้
สอยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็จะเพิ่มมากขึ้น โดยการท่องเที่ยวถนนคนเดินจะ
เป็นตัวเลือกอีกทางหนึ่งของนักท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้
ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว
และรายได้เข้าสู่ประเทศให้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยว
ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็
2. เพื่อเปรียบเทียบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว
ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
ท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ จำนวน 258,144 คน (ดอน ลีมนันทสิฐ, 2558) และเพื่อให้ได้
ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสมผู้วิจัยจึงหาขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูป Krejcie, R V., and
Morgan, D. W. (1970) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการคือจำนวน 384 ตัวอย่าง และเก็บรวบรวม
ข้อมูลเพิ่มเติม จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้
วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่
เดินทางท่องเที่ยวที่ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจาก
ตำราเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบถามจากผู้มีความรู้ และ
ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ของการวิจัย คำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ
Likert Scale และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด 7Ps ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ ได้แก่

สินค้าและบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลากร กระบวนการ
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open end) แล้วนำข้อมูลที่ได้มา
วิเคราะห์ผลเชิงบรรยาย

การทดสอบความตรง (Test of Validity) ด้วย IOC การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา
(Content Validity) เป็นการตรวจสอบโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (Subject Matter
Specialists) หรือผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบคำถาม โดยแสดงความคิดเห็นเป็นรายชื่อ จาก
ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และนำแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบ
คุณภาพความตรงตามเนื้อหา โดยทำการทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด กับนักท่องเที่ยวที่
ท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยได้ค่าความเชื่อมั่นที่
0.90 สำหรับแบบสอบถามในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ โดยการใช้
แบบสอบถามปลายปิด สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย ร้อยละ และความถี่ การ
วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด สำหรับสถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบข้อมูลความสำคัญในการ
ท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) และการ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลส่วน
บุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน
จังหวัดภูเก็ต

ผลการวิจัย

เพศนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น
ผู้หญิงจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเป็นผู้ชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

อายุนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 29 ปีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาเป็นช่วงอายุ
30 - 39 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่มีการศึกษา
ระดับปริญญาตรี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาเป็นมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตามลำดับ

อาชีพนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/
นักศึกษาจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 และพนักงานเอกชน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ
36.5 ตามลำดับ

รายได้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 10,000 - 19,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ตามลำดับ

โดยภาพรวมทั้ง 7 ด้าน นั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาตามลำดับค่าเฉลี่ยจะสามารถเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่

ด้านสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญให้ความสำคัญมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมของถนนคนเดินมีความหลากหลายมากที่สุด ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา คือ คุณภาพของสินค้าที่จำหน่ายในบริเวณถนนคนเดิน ($\bar{X} = 3.98$) และสินค้าที่จำหน่ายในถนนคนเดินมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

รองลงมาเป็นด้านบุคลากร โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผู้ขายให้บริการด้วยความสุภาพมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา คือ ผู้ขายการเอาใจใส่ให้บริการที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.95$) และผู้ขายให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.77$) โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการที่มีการอำนวยความสะดวกของร้านค้าแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.88$) การจัดเส้นทางเดินในการเที่ยวชมถนนคนเดิน ($\bar{X} = 3.37$) และมีบริการรับเรื่องร้องเรียนและให้ข้อมูล ($\bar{X} = 3.37$) ตามลำดับ

ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา คือ แผนที่และป้ายแสดงเส้นทางชัดเจน ($\bar{X} = 3.75$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ (ที่จอดรถ ห้องน้ำ ATM) ($\bar{X} = 2.83$) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยว มีช่องทางบริการที่หลากหลายมากที่สุด ($\bar{X} = 3.64$) และมีสถานที่ติดต่อจัดจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้สะดวก ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ

ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามีความเหมาะสมกับราคามากที่สุด ($\bar{X} = 3.69$) และมีการติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.51$)

และด้านปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลอย่างสะดวกมากที่สุด ($\bar{X} = 3.52$) และมีการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม ชิม) ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่าในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ในด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันจะให้ความสำคัญปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ในด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านของสินค้าและบริการพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็นนี้มากที่สุด จึงควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่ายในถนนคนเดินเพิ่มมากขึ้น รวมถึงนักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจเกี่ยวกับการมีสินค้า เช่น ของที่ระลึก เมนูอาหารที่มีลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตให้มากขึ้นและหลากหลายขึ้น จากการศึกษาวิจัยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิชวัต รัตนสมบัติ (2557) เรื่อง แนวทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มด้านผลิตภัณฑ์/บริการมากที่สุด สินค้าและบริการในส่วนถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ประกอบไปด้วยอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก หรือแม้แต่วัฒนธรรมและการให้บริการต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงมีความหลากหลาย ควรที่จะมีสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมให้เห็นได้อย่างชัดเจน

ด้านราคา ควรมีการติดป้ายราคาให้ชัดเจนขึ้น และทำเป็นแนวทางปฏิบัติเดียวกันในทุก ๆ ร้านค้า เพื่อความสะดวกในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามีความเหมาะสมกับราคามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินาถ กลิ่นจวง (2555) เรื่อง โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของเครื่องปรับอากาศสำหรับบ้านพักอาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้ามากที่สุด

ด้านบุคลากร ผู้ขายสินค้าและบริการในถนนคนเดิน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านนี้อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของผู้ขายการเอาใจใส่ให้การบริการที่รวดเร็ว จึงควรรักษาและปฏิบัติตนแบบนี้ตลอดไป รวมถึงควรพัฒนาในทักษะทางด้านบริการเพิ่มเติมด้วย และพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผู้ขายให้บริการด้วยความสุภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ขายเอาใจใส่ให้การบริการที่รวดเร็ว สอดคล้องกับบทความของ ไชยรัตน์ รุจิพงศ์ (2550) ดังนี้ การบริการ (SERVICE) ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วยส่วนสำคัญข้อหนึ่งคือ C-COURTESY คือ ความมีไมตรีจิตในการบริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ท่าทางที่สุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยของความเป็นมิตร สร้างความอบอุ่นและเป็นกันเอง

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการบริการรับเรื่องร้องเรียนและให้ข้อมูลหรือตั้งเป็นจุดในการให้บริการข้อมูลหรือการแจ้งเรื่องร้องเรียน โดยจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากจุดนี้ไปใช้พัฒนาถนนคนเดินต่อไปในอนาคต

ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในจุดนี้มากที่สุด จากผลการวิจัยในด้านนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์

มากที่สุด จากสภาพโดยทั่วไปของถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ตนั้น มีสภาพที่สวยงาม แต่ในบางจุด มีสภาพเสื่อมโทรมซึ่งเกิดขึ้นตามกาลเวลา ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงควรมีการบูรณะซ่อมแซมและรักษาอนุรักษ์รวมถึงการรักษาเอกลักษณ์ อาคารแบบชิโนโปรตุกีสในพื้นที่ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต ให้มีสภาพที่สวยงามเหมาะสม และน่าดูน่าชมมากขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญในการศึกษาข้อมูลและคำนึงถึงหลักเกณฑ์ในการบูรณะอาคาร

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่าง ๆ ในถนนคนเดิน อยู่ในระดับมาก จึงควรรักษาและจัดกิจกรรมที่หลากหลายอย่างนี้ตลอดไป รวมถึงควรมีกิจกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ด้วย

นักท่องเที่ยวให้ความเห็นเพิ่มเติม ในประเด็นเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ได้แก่ ที่จอดรถ ห้องน้ำ และ ATM ควรจะพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นของพื้นที่ในการจอดรถ ซึ่งจากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว ประสบปัญหาในเรื่องของพื้นที่จอดรถเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการพื้นที่ถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต จึงควรมหาแนวทางพัฒนาและปรับปรุงในส่วนของพื้นที่จอดรถให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **สถิตินักท่องเที่ยว**. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2558, จาก <http://www.tourism.go.th/home/listcategory/11/217>
- ชนินาถ กลิ่นจวง. (2555). **โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของเครื่องปรับอากาศ สำหรับบ้านพักอาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไชยรัตน์ รุจิพงศ์. (2550). *การให้บริการอย่างสร้างสรรค์*. วารสารรังสิตสารสนเทศ, ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน, หน้า 61
- ดอน ลีมนันทสิฐ. (19 เมษายน 2558). **สัมภาษณ์**. ประธานชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต.
- ธีรฤดี อ่อนดำ. (2557). **สถานการณ์และทิศทางท่องเที่ยวใต้ ไตรมาสแรกปี 2557 (ม.ค.-มี.ค.)**. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/South/ViewNews.aspx?NewsID=9570000002448>
- หนังสือพิมพ์เสียงใต้. (2557). **คาด 11 ล้านคนเที่ยวภูเก็ต**. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://siangtai.com/new/index5.php?name=media&file=readmedia&id=621>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต. (2556). **อบจ.ภูเก็ต ร่วมพิธีเปิดโครงการถนนคนเดินย่านการค้าเมืองเก่าภูเก็ต ถนนนำเดินตลาดใหญ่**. ค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2558, จาก www.phuketcity.org/modules.php?name=activeshow_mod&file=article&asid=758

อิษวัต รัตนสมบัติ. (2557). แนวทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด
สุโขทัยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
พะเยา.

Krejcie, R V., and Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research
Activities. Education and Psychological measurement*, 607-610.