

ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต

The Opinion on Marketing Mix Factor and Behavior of Foreign
Independent Tourists (F.I.T.) in Phuket Province

วัชรินทร์ เกิดทรัพย์

อาจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต

E-mail: wakead@rpu.ac.th

Watcharin Keadsap

Lecturer, Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration,
Rajapruk University, Phuket Center

รับเข้า: 15 กรกฎาคม 2563 แก้ไข: 20 สิงหาคม 2563 ตอปรับ: 26 สิงหาคม 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ 2) ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ และ 4) เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต 384 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ไคแอสควร์ สถิติทดสอบที และไถ่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้เป็นครอบครัว ญาติ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง 1-5 วัน ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภูเก็ตเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่พักโรงแรม มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ช่องทางการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต 2) ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับคะแนนได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 4)

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต พบว่าข้อมูลทั่วไปด้านเพศ สัญชาติและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความคิดเห็น ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบอิสระ

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the behavior of Foreign Independent Tourists (F.I.T.), 2) the opinion on marketing mix factors of F.I.T tourists, 3) the relationship between behavior and general information of F.I.T tourists and 4) comparison the opinion on marketing mix factors classified by general information of F.I.T tourists in Phuket province. The sample consisted of 384 tourists in Phuket province by using accidental sampling. The used material was a questionnaire. The used statistics were Chi-Square analysis, T-test and One-way ANOVA.

The results of the research were as follows: 1) Most travel companions were family and relatives. The traveling duration in Phuket was 1-5 days per a trip and first-time arrival. The average expense of a trip in Phuket was less than 5,000 baht. Most of them stayed in hotels. The purpose of tourism was for relaxing. The channel in perception about tourism information was through internet. 2) The opinion on marketing mix factors of F.I.T. tourists in Phuket province for overall at a high level as follows; Product, Process, Place, respectively. 3) The relationship between behavior and general information of F.I.T. tourists differently with statistical significance at the level of .05 in accordance with the hypothesis. 4) Comparison of opinion on marketing mix factors classified by general information of F.I.T. tourists in Phuket province found that general information about gender, nationality, and average income per a month differently affected to opinions on the marketing mix factors differently with statistical significance at the level of .05.

Keywords: opinion, marketing mix factors, behavior of Foreign Independent Tourists (F.I.T.)

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านบริการซักรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นต้น เป็นที่ยอมรับกันว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด ยิ่งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่มีมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้น เพราะมนุษย์เราต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และต้องการศึกษาหาความรู้ ประสบการณ์ และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงาน รวมทั้งมีความจำเป็นด้านอื่น ๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือการเดินทางเพื่อร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น ธุรกิจท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีผลต่อเศรษฐกิจของชาติ และเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้เกิดธุรกิจอื่น ๆ มากมายต่อมา (นิศา ชัชกุล, 2554)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิมที่เคยซื้อทัวร์เหมาหรือแพ็คเกจทัวร์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามตารางเวลา มาเป็นการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านระบบการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ผู้คนในปัจจุบันเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก กล่าวได้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นผู้บริโภคที่พอใจกับการพึ่งพาตัวเอง มีความเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นตามความต้องการเฉพาะของตัวเองหรือกลุ่มของตัวเองมากขึ้น ต้องการตัวเลือกมากขึ้น เน้นที่คุณภาพมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าเงิน ใช้เวลาอย่างคุ้มค่าและให้ความสำคัญกับครอบครัวและการพักผ่อนหย่อนใจมากเท่า ๆ กับการทำงาน ผู้บริโภคในปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการรอคอยจนถึงนาทีสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อการท่องเที่ยวหรือจองตั๋วเครื่องบิน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวประเภทแสวงหาประสบการณ์ ซึ่งต้องการสิ่งที่เป็นของแท้หรือชีวิตจริงในจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวมากขึ้น เมื่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนไปเช่นนี้และมีจำนวนมากขึ้นในจังหวัดภูเก็ต ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตก็ควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวแบบอิสระกลุ่มนี้มากขึ้น ดังนั้นจึงควรจะศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มอิสระมากขึ้น โดยเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวหลักที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้เป็นที่นิยมแพร่หลายในวงกว้างต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี 2559 จำนวน 9,641,703 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 29 มกราคม 2562) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม ร้อยละ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระมีการกระจายในแต่ละพื้นที่ที่มีสัดส่วนไม่แน่นอน และเพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักวิจัยซึ่งมีกรอบระยะเวลาในการทำวิจัยที่จำกัด

ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต โดยสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ได้แก่ บุคคลร่วมเดินทางในครั้ง นี้ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง ความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (รวมครั้งนี้) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (เฉลี่ยต่อครั้งต่อ 1 คน) ประเภทของที่พกในครั้ง นี้ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ และช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอิสระ โดยแบ่งตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระตามองค์ประกอบ 7 Ps เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามได้นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มีลักษณะเหมือนแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Coefficient Alfa) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2550: 125-126) ได้รับค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในวิจัยนี้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวิเคราะห์เป็นไคแอสควร์ (Chi-Square) การทดสอบที (t-test) สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนต่าง ๆ ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต พบว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้นั้น ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวและญาติ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง 1-5 วัน ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภูเก็ตเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่พักโรงแรม มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ช่องทางการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต
2. ผลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 ผลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
ด้านราคา	3.84	0.79	มาก	6
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.01	0.77	มาก	3
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.90	0.75	มาก	5

ตารางที่ 1 ผลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ
ในจังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
ด้านบุคลลากร	3.97	0.74	มาก	4
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.84	0.76	มาก	7
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.06	0.72	มาก	2
โดยรวม	3.98	0.57	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับคะแนนได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 ผลความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน				
	ข้อมูลทั่วไป				
	เพศ	อายุ	สัญชาติ	รายได้	อาชีพ
1. ข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์กัน					
1) บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้	14.58*	44.87*	48.33*	15.32	44.87*
2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง	8.52*	33.90*	94.33*	27.82*	52.72*
3) ความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (รวมครั้งนี้)	17.18*	53.40*	34.36*	16.31	39.49*
4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	8.80*	33.72*	22.47*	76.05*	29.45*
5) ประเภทของที่พกในครั้งนี้	10.74*	46.44*	36.86*	16.77	30.90
6) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้	6.35	37.46*	27.77*	11.72	77.21*
7) ช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต					
7.1) การแนะนำของบุคคล	2.14	2.05	6.18	3.38	16.99*
7.2) เอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์	0.11	8.01	4.75	3.63	5.79
7.3) โทรทัศน์	3.47	10.20	35.65*	6.06	26.77*

ตารางที่ 2 ผลความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน				
	ข้อมูลทั่วไป				
	เพศ	อายุ	สัญชาติ	รายได้	อาชีพ
7.4) อินเทอร์เน็ต	6.11*	11.52*	5.63	2.10	9.56
7.5) โฆษณา ประชาสัมพันธ์	0.26	11.07*	17.96*	6.49	3.24

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

1. ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี พบว่า ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ อายุ สัญชาติ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบอิสระ ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง พบว่า ข้อมูลทั่วไปทั้งด้านเพศ อายุ สัญชาติ รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (รวมครั้งนี) พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ สัญชาติ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (รวมครั้งนี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภูเก็ตเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ สัญชาติ รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบอิสระ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภูเก็ตเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ด้านประเภทของที่พก พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ และสัญชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านประเภทของที่พก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านอายุ สัญชาติและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า

ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำของบุคคล ข้อมูลทั่วไป ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำของบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการจากเอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการจากเอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์

ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ ข้อมูลทั่วไป ด้านสัญชาติและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลทั่วไปด้านเพศและอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลทั่วไปด้านอายุและสัญชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. วิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไป เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยแสดงรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน				
	ข้อมูลทั่วไป				
	เพศ	อายุ	สัญชาติ	รายได้	อาชีพ
1) ด้านผลิตภัณฑ์	-2.00*	0.81	3.86*	2.82*	0.90
2) ด้านราคา	-3.05*	0.84	5.28*	0.65	1.44
3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-1.55	0.35	4.47*	1.00	0.92
4) ด้านส่งเสริมการตลาด	-2.76*	0.28	3.53*	2.17	1.65
5) ด้านบุคคลากร	-1.60	1.75	2.91*	0.71	0.20
6) ด้านลักษณะทางกายภาพ	-2.17*	0.43	4.60*	1.76	0.53
7) ด้านกระบวนการให้บริการ	-2.26*	1.75	4.11*	0.98	1.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า

1. ด้านเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพศชายมีความความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ตน้อยกว่าเพศหญิง
 2. ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต อายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน
 3. สัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต สัญชาติแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในทุกด้าน
 4. ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต รายได้แตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในด้านผลิตภัณฑ์
 5. ด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต อาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันทุกด้าน
5. วิเคราะห์ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เสนอแนะว่า ควรมีระบบการจัดการขยะที่ดี มีถังขยะให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะหาทราย ห้องน้ำสาธารณะสกปรก ควรเน้นรีไซเคิล และใช้ถุงพลาสติกให้น้อยลง รองลงมา คือ ควรมีการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีเพื่อต่อการสื่อสาร และควรตั้งราคาต่อสินค้า บริการ หรือ นวด ที่ยุติธรรมแก่นักท่องเที่ยว อย่าแพงมากนัก มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวจะไปเที่ยวที่อื่นได้ และควรเพิ่มบริการรถสาธารณะภายในภูเก็ต เพราะค่าบริการรถตุ๊ก ตุ๊ก แพง ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต” ได้ดังนี้

1. ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง 1-5 วัน มาเที่ยวเป็นครั้งแรก และเพื่อหาความรู้และประสบการณ์ ส่วนใหญ่พักโรงแรมและรีสอร์ท จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ จะมีการวางแผนในการเดินทางด้วยตัวเอง เพื่อการเตรียมตัวทำกิจกรรมหรือสถานที่ที่ตัวเองชอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2558) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวประเภทมหาชนแบบอิสระ (Individual mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวเพียงบางส่วนเพื่อความสะดวกในการวางแผนการเดินทาง เช่น ตัวเครื่องบิน โรงแรม และการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวในลักษณะแบบนี้จะต้องวางแผนการเดินทางเอง ซึ่งทำให้มีเวลาเป็นส่วนตัวในการทำกิจกรรมที่ตนชอบหรือหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และมีโอกาสได้สัมผัสกับคนในท้องถิ่นบ้าง โดยไม่ถูกจำกัดเวลา สอดคล้อง

กับ สรรเพชญ ภูมรินทร์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูเก็ต ส่วนใหญ่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรกและมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในสัดส่วนที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น และยังสอดคล้องกับ สุริวิศสา นารินคำ และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ การมาท่องเที่ยว/พักผ่อน แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ คำแนะนำ จากเพื่อน ญาติบุคคลในครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการผ่านบริษัทท่องเที่ยว แต่เดินทางด้วยตนเองโดยรถโดยสารสาธารณะพักเป็นเวลา 2-3 วัน และนอกจากผลการวิจัยในครั้งนี่ยังพบว่า ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจาก อินเทอร์เน็ต เป็นไปตามแนวคิดของ Nana Srithammasak and Supaphorn Akkapin (2018) ที่กล่าวว่า ชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยวคือ เว็บไซต์ ไม่ใช้บริการบริษัทท่องเที่ยว แต่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง สอดคล้องกับ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่หาข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

2. การศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในข้อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของห้องพัก และความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ตามลำดับ สอดคล้องกับ ยิงศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ และ อำไพ บุรณกิตติภิญโญ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยด้านความแปลกและแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ ปราณปริยา นพคุณ (2561) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3. จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติไคแอสควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า

3.1 ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี่ย พบว่า ข้อมูลทั่วไปด้านเพศ อายุ สัญชาติ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านผู้ร่วมเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญทาง

สถิติ .05 และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วาสนา สุวรรณวิจิตร (2557) ที่ได้กล่าวว่า ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเพื่อนร่วมเดินทาง

3.2 ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง พบว่า ข้อมูลทั่วไปทั้งด้านเพศ อายุ สัญชาติ รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ วาสนา สุวรรณวิจิตร (2557) ที่ได้กล่าวว่า ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาท่องเที่ยว และ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยังสอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง (2558) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ อาชีพกับภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3.3 ด้านความถี่ในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต (รวมครั้งนี้) พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ สัญชาติ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง (2558) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ อาชีพกับภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสอดคล้องกับ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านจำนวนครั้ง และยังสอดคล้องกับ ยี่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์และอำไพ บุรณกิตติภิญโญ (2560) ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย พบว่า อายุส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้านความถี่ในการท่องเที่ยว

3.4 ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภูเก็ตเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ สัญชาติ รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ วาสนา สุวรรณวิจิตร (2557) ที่ได้กล่าวว่า ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง และสอดคล้องกับ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยังสอดคล้องกับ วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง (2558) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ อาชีพกับภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3.5 ด้านประเภทของที่พัก พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ อายุ และสัญชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นิตยา เจริญผล (2555) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการที่พัก ในด้านประเภทที่พักที่เลือก และยังสอดคล้องกับ ยิงศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ และ อำไพ บุรณกิตติภิญโญ (2560) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย พบว่า อายุส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในด้านการเลือกลักษณะที่พักแรม ซึ่งขัดแย้งกับ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ได้กล่าวว่า ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศและรายได้) ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่แตกต่างกัน

3.6 ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านอายุ สัญชาติและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ รุ่งกานต์ แก้วเจริญ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในวัตถุประสงค์ในการมาร่วมงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยังสอดคล้องกับ วชิรินทร์ เกิดทรัพย์ (2561) ที่กล่าวว่า อายุ อาชีพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

3.7 ด้านช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ตที่ใช้มากที่สุดคือ จากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ที่ทำการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยปีงบประมาณ พ.ศ.2558 พบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลากหลาย แต่ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว และสื่อบุคคล ได้แก่ การบอกเล่า/การแนะนำของเพื่อน/ญาติ ซึ่งตรงกับสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวก่อนมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่าสื่ออื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว/เคาน์เตอร์ทัวร์/สิ่งพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นเพราะความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระมีความสะดวกสบายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

4. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติแบบอิสระในจังหวัดภูเก็ต ที่มีข้อมูลทั่วไปด้านเพศ สัญชาติและรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ ศศิโสม ดวงรักษา (2558) ที่กล่าวว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่มีความขัดแย้งกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสัญชาติและรายได้ที่ พบว่า ภูมิลำเนาและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ทั้งในภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน และยังขัดแย้งกับ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศและรายได้ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงรายที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจังหวัดภูเก็ตอาจมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านต่าง ๆ ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในยุคดิจิทัล หรือที่เรียกกันว่า E-CRM ย่อมาจาก Electronic Customer Relationship Management ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เพื่อพัฒนาและบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดความประทับใจและความภักดีต่อองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้นผู้ประกอบการตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสีย ควรตระหนักให้มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว และแสดงถึงความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality) ในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแบบอิสระ เพื่อให้ทราบถึงระดับอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จันทิมา รักมั่นเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิตยา เจริญผล (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิตา ชัชกุล. (2554). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณปรียา นพคุณ. (2561). ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2550). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ และ อำไพ บุรณกิตติภิญโญ. (2560). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. 6(1) มกราคม-มิถุนายน 2560.
- รุ่งกานต์ แก้วเจริญ และคณะ. (2562). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานพุลมุนปาร์ตี้เกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3) กันยายน-ธันวาคม 2562.
- วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัชรินทร์ เกิดทรัพย์. (2561). พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มโอเชียเนียช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 4(2) มิถุนายน-กันยายน 2561.
- วาสนา สุวรรณวิจิตร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT): ศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่ฝ่ายไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 9(1) มกราคม-มิถุนายน 2557.

- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง จังหวัดสงขลา. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6. มหาวิทยาลัยมหาดไทย. 26 มิถุนายน 2558.
- ศศิโสสม ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สรพรเพชญ ภูมรินทร์ และ อานนท์ ศักดิ์วีระชัย. (2560). การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13(1). สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). โครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยปีงบประมาณ พ.ศ. 2558. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต. ค้นเมื่อ 29 มกราคม 2562, จาก www.phuket.nso.go.th.
- สุริวัสสา นารินคำ สุดสันต์ สุทธิพิศาล และ เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2557). พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(1) มกราคม-มิถุนายน 2557.
- Nana Srithammasak and Supaphorn Akkabin. (2018). *The Study of Foreign Tourists Behavior towards Taling-Chan Floating Market. Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 13(1): 27-35.