

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 โดยกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวและบริการที่พักในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งยังไม่มีข้อมูลที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พัก จึงเลือกขนาดตัวอย่างโดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่าง จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน และเลือกตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเกาะสีชัง แบบสะดวก เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.5 และเพศหญิง ร้อยละ 46.5 ส่วนใหญ่อายุ 18 – 25 ปี ร้อยละ 43 รองลงมา คืออายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 27.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 57.5 รองลงมา คือระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 15.5 ส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 39.2 รองลงมา คือ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 35.2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 71 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 20.5

2. ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 64 รองลงมา คือเคยมาเที่ยวแล้ว 1 ครั้ง ร้อยละ 27.5 ส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน ร้อยละ 64 รองลงมาคือ มากับครอบครัว-ญาติ ร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าพักค้างคืน 1 คืน ร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ 2 คืน ร้อยละ 23.5 ส่วนใหญ่มีลักษณะทำเลที่ตั้งดีทะเล ร้อยละ 67.8 รองลงมา คือ ไม่ดีทะเล 32.2 ส่วนใหญ่ประเภท

ห้องพักห้องธรรมดา ร้อยละ 48.7 รองลงมา คือบ้านพักแบบบังกะโล ร้อยละ 35.2 ส่วนใหญ่ราคา 500-800 บาท/คืน ร้อยละ 54 รองลงมา คือ 801-1100 บาท/คืน ร้อยละ 25.5 ส่วนใหญ่มีทีวีเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่พัก ร้อยละ 82 รองลงมา คือ แอร์ ร้อยละ 73 ส่วนใหญ่แหล่ง ข่าวสารที่รู้จักที่พักมาจากเพื่อน ร้อยละ 29 รองลงมา คือ เว็บไซต์ ร้อยละ 17

3. ผลเปรียบเทียบความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ผลการเปรียบเทียบความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ทั้ง 7 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ค่าเฉลี่ย 3.59 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.2 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยว ด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ค่าห้องพัก ค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนด้านที่มี ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าเฉลี่ย 3.58 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านราคา โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก

3.3 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่หรือช่องทางการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ระบบ จองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ เทศบาล ค่าเฉลี่ย 3.43 และพบว่าความ ต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้าน สถานที่หรือช่องทางการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.4 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ การบอกเล่าแบบ ปากต่อปาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.74 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.5 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ ให้คำแนะนำ พร้อมแก้ไขปัญหาได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.03 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.6 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ความปลอดภัยของสถานที่พัก ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการทางเรื่องสาธารณะ เช่น โทรศัพท์ไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ย 3.76 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.7 ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือสถานบริการมีระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ค่าเฉลี่ย 3.87 และพบว่าความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านการนำเสนอลักษณะกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ผลการเปรียบเทียบความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการเข้าพัก ทำเลที่ตั้ง ประเภทห้องพัก ราคาห้องพักต่อคืน ในรายด้านทั้ง 7 ด้าน ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

4.1 เมื่อจำแนกตามเพศ คือ เพศชายและหญิง พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 เมื่อจำแนกตามอายุ คือ คือ 18 – 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 55 ปี และมากกว่า 56 ปีขึ้นไป พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา/ ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 เมื่อจำแนกตามรายได้ คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001 บาทขึ้นไป พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส คือ โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเกาะสีชังคือ มาครั้งแรก เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง เคยมากว่า 2 ครั้ง พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7 เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางคือ คนเดียว มากับเพื่อน มากับครอบครัว พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก คือ 1 คืน 2 คืน 3 คืน มากกว่า 3 คืนขึ้นไป พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ

นักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.9 เมื่อจำแนกตามลักษณะทำเลที่ตั้ง คือ ดิดทะเล ไม่ดิดทะเล พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.10 เมื่อจำแนกตามประเภทห้องพักคือ ห้องธรรมดา ห้องใหญ่แบบครอบครัว บ้านพักแบบบังกะโล อื่น ๆ (กางเต็น) พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.11 เมื่อจำแนกตามราคาห้องพักต่อคืนคือ 500-800 บาท/ คืน 801-1100 บาท/ คืน 1101-1400 บาท/ คืน มากกว่า 1400 บาท/ คืน พบว่า ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ในรายด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.12 เมื่อจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกคือ ทีวี แอร์ ตู้เย็น คอมพิวเตอร์/ อินเทอร์เน็ต รถรับส่ง/ รถนำเที่ยว เครื่องดื่ม บริการโทรศัพท์ ไปรษณีย์ ชัก อป รีด พบว่าในรายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีความแตกต่างกันในเรื่องเครื่องปรับอากาศ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความแตกต่างกันในเรื่องคอมพิวเตอร์/ อินเทอร์เน็ต เครื่องดื่ม บริการชัก อปรีด ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความแตกต่างกันในเรื่องเครื่องปรับอากาศ ด้านบุคลากรมีความแตกต่างกันในเรื่อง โทรศัพท์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกันในเรื่อง โทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.13 เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักที่พัก คือ เพื่อน ญาติครอบครัว เว็บไซต์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ พบว่าในรายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี โดยเทียบเคียงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความ ต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความ ต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการตัดสินใจในด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้บริการ พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดยวีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2536) คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและระดับของความสามารถของการบริการในการสนองความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

ด้านราคา พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2000) คือ ราคาเป็นการพิจารณาถึงการกำหนดราคาและการพิจารณาในแง่ของจิตวิทยา จะต้องมีการแสดงรายการราคาที่ชัดเจนและเปิดเผย และมีการคิดแบบยืดหยุ่นได้ ดังนั้นราคาเป็นการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายหรือค่าบริการที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจ

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย อคุตย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2546) คือ การส่งมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าั้นเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) คือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

ด้านบุคลากรในการให้บริการ พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Booms & Bitner (1981) คือ การที่พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้ามีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน โดยพนักงานผู้ให้บริการก็จะให้บริการอย่างเต็มความรู้ที่ศึกษามา และเกิดความพึงพอใจในการเสนอขายหรือการได้รับบริการนั้น ๆ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย นภคล จิระชิตกุล (2546) คือ กระบวนการให้บริการ เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่างและส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดย อคุลย์ จาตุรงคกุล และคณะ (2541) คือ การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ป้ายวัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดเป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการ ธุรกิจด้านบริการจำเป็นต้องให้ความสำคัญเนื่องจากอาจมีผลกระทบต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้

2. ผลการเปรียบเทียบความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการเข้าพัก ทำเลที่ตั้ง ประเภทห้องพัก และราคาห้องพักต่อคืน ดังนี้

2.1 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรม จุลติศเขาใหญ่รีสอร์ทแอนด์สปาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการที่ใกล้เคียงกัน เพราะการรับรู้มูลเหตุจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวย่อมต้องการการรับรู้และพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.2 เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแต่ละกลุ่มอายุจะให้ความสำคัญในแต่ละด้านต่างกันออกไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มอายุ

2.3 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวมีความต้องการรับรู้ข่าวสารของสถานที่พัก มีกระบวนการบริการที่เป็นขั้นตอน การให้บริการของที่พักที่ต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุมาลี สุขเขตต์ (2548) ได้ศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการในด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

2.4 เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีความต้องการปัจจัยที่สูง การบริการที่ดี ในขณะที่ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำจะมีความต้องการด้านราคาที่ถูก มีขนาดห้องพักที่คุ้มค่า พักได้จำนวนเยอะ

2.5 เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวมีลักษณะในการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุมาลี สุขเขตต์ (2548) ได้ศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความต้องการในด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

2.6 เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเกาะสีชัง พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะสีชังแล้ว จะทราบถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ของที่พัก สามารถตัดสินใจเลือกที่พักได้ โดยไม่ต้องการการ โฆษณา การรับรู้ข้อมูลที่พัก การให้บริการ เนื่องจากมีประสบการณ์จากการมาเที่ยวแล้ว

2.7 เมื่อจำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรในการให้บริการด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับเพื่อน ซึ่งให้ความสำคัญต่อบุคลากรในการให้บริการ ความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมี

การจัดสถานที่สำหรับการสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน และมีระบบการจองล่วงหน้าเป็นความสะดวกในการใช้บริการ

2.8 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพัก พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพัก 1 คืน มีเวลาน้อยในการใช้เวลาอยู่ในเกาะสีชัง จึงมีความต้องการรับรู้ข้อมูลสถานที่พัก ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การบอกต่อแบบปากต่อปาก รวมไปถึงการลดราคาพิเศษในช่วงเวลาเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว

2.9 เมื่อจำแนกตามลักษณะทำเลที่ตั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักที่มีทำเลที่ตั้งดีทะเล ซึ่งที่พักที่มีทำเลดีทะเลมีการบริการห้องพักและอาหาร มีราคาที่สูงกว่า มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ที่มากกว่า เนื่องจากมีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการสูง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรู้ข้อมูลในการนำมาประกอบการตัดสินใจ แต่เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวไปพักจำนวนมาก จึงทำให้การดูแลนักท่องเที่ยวในแง่ของการให้บริการทำได้ไม่ทั่วถึง ผู้ประกอบการจึงต้องความระวังในข้อนี้

2.10 เมื่อจำแนกตามประเภทห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกที่พัก เนื่องจากมีการมีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ และมีมารยาทของพนักงาน และการจัดการสภาพแวดล้อม โดยรอบบริเวณสถานที่พัก ซึ่งต้องจัดการให้มีความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย และโดยส่วนใหญ่จะพักห้องธรรมดา

2.11 เมื่อจำแนกตามราคาห้องพักต่อคืน พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกที่พัก โดยให้ความสำคัญกับราคาต่อคืนที่ถูกลง มีความต้องการด้านราคาที่เหมาะสม มีการบอกต่อแบบปากต่อปาก การลดราคาพิเศษในช่วงเวลาเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ดี เป็นเล่งกัน อากาศถ่ายเทสะดวก มีแสงสว่างส่องถึง จึงไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุมาลี สุขเขตต์ (2548) ได้ศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ราคาที่พักที่จะใช้บริการที่ต่างกันมีความต้องการพักรีสอร์ทเชิง อนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน

2.12 เมื่อจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พัก ในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี แตกต่างกันด้านราคาในเรื่องเครื่องปรับอากาศ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความแตกต่างกันในเรื่องคอมพิวเตอร์/ อินเทอร์เน็ต เครื่องดื่ม บริการซักอบรีด ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความแตกต่างกันในเรื่องเครื่องปรับอากาศ ด้านบุคลากรมีความแตกต่างกันในเรื่องโทรศัพท์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกันในเรื่องโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวที่จ่ายค่าใช้จ่ายมากย่อมต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นเครื่องปรับอากาศมากกว่า รวมไปถึงด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ต้องการด้วยเช่นกัน

2.13 เมื่อจำแนกตามแหล่งข่าวสารที่รู้จักที่พัก พบว่าด้านการให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข้อมูลที่ต่างกันย่อมมีความคาดหวังในปัจจัยส่วนการตลาดที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ที่ได้นำเสนอในเบื้องต้นแล้วนั้น ผู้ศึกษาได้สรุปข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ปัจจัยด้านการให้บริการ

ในด้านความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่พัก จึงต้องคำนึงถึงความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม รวมไปถึงความสะอาดโดยรวมของสถานที่พัก เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจและตรงกับความต้องการ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงคุณภาพของการบริการที่พักโดยรวมทั้งการบริการเสริมเพิ่มเติม เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. ปัจจัยด้านราคา

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้ให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าบริการห้องพักเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการที่พัก ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการห้องพักที่เหมาะสม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการได้สอดคล้องกับความต้องการ พร้อมทั้ง

ควรมีการสำรวจราคาจากสถานประกอบการอื่น ๆ มาใช้ประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการ
เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการของตน

3. ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของระบบจองล่วงหน้าเพื่อ
ลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการที่พัก ควรให้
ความสำคัญกับการระบบข้อมูลในการจองที่พักล่วงหน้า พร้อมทั้งการจัดการข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ
สถานที่พักเพื่อเป็นการประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด

นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการบอกเล่าแบบปากต่อปาก มากที่สุด
ดังนั้นผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักและรีสอร์ท ควรเน้นการบริการที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อ
เป็นการบอกเล่าต่อไปในกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ
เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เพื่อให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ และจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว
ต่างๆ ก็จะสามารถดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยวหรือเคยมาเที่ยว เกิดความสนใจ
มาใช้บริการที่พักได้

5. ปัจจัยด้านบุคลากรในการให้บริการ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องของความเป็นกันเอง เป็นมิตร เป็น
อย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักและรีสอร์ท ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีมนุษย
สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีบุคลิกภาพดี และมีมารยาท สามารถให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว
ได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของข้อปฏิบัติต่าง ๆ ในการให้บริการ ทักษะในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ
เพื่อที่จะให้บริการ ได้ตรงตามความพอใจต่าง ๆ ในการให้บริการ รวมทั้งผู้ประกอบการควรดูแลใน
เรื่องการแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสมสะอาดและเรียบร้อย เป็นที่น่าใช้บริการของผู้ที่มาใช้
บริการทุกคน

6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยของสถานที่พักมาก
ที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักและรีสอร์ท ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัย
ในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทุกคนอย่างดี มีการจัดระบบรักษาความ
ปลอดภัยที่ดี รวมทั้งการให้บริการด้านอื่น ๆ ก็ควรมีการฝึกทักษะในการบริการแก่พนักงานทุกคน
เพื่อทราบถึงขั้นตอนการให้บริการ

7. ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พัก ควรให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่ให้มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีการจัดไฟให้มีแสงสว่าง ส่องทั่วบริเวณ รวมทั้งควรมีการสร้างบรรยากาศภายในด้วยการตกแต่งที่สวยงาม สะอาดน่าอยู่ บริเวณโดยรอบดูร่มรื่น เหมาะแก่การพักผ่อน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรีเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนตัวอย่างในการทำวิจัย โดยอาจจะเป็นการวิจัยในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะการให้บริการที่พัก ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาด้านอื่น ๆ ของที่พัก เช่น การบริการสปา นวดแผนไทย กิจกรรมทางธรรมชาติ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการของโรงแรมที่พักและรีสอร์ท ความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ