

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลต่อระดับความสำคัญในส่วนประสม ทางการตลาด 7Ps

นุชนภา ชุมภูว¹
ดร.จิราพร ชมสวน²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลต่อระดับความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยจำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีการลงพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในทางสถิติโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยใช้ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยการทดสอบสมมุติฐานงานวิจัยด้วยค่าสถิติแบบ One Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 25 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการเลือกที่พักคือ ระยะเวลาเวลานั้น นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาเข้าพัก 2 คืนต่อครั้งในการเข้าพัก โดยตนเองเป็นผู้ตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมา คือ เพื่อน/ ผู้ร่วมเดินทางที่มีส่วนในการตัดสินใจ โดยมีวิธีการจองห้องพัก โดยการจองผ่านเว็บไซต์การจองห้องพัก เลือกประเภทห้องพักแบบห้องมาตรฐาน (เตียงคู่) โดยห้องพักมีอัตราค่าห้องพักอยู่ที่ 501-1,000 บาทต่อคืน และใช้วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

1. บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยทางรัฐบาลได้วางนโยบายส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลในเรื่องความมั่นคง การต่างประเทศ ทางเศรษฐกิจ และสังคม เพื่อนำประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีความยั่งยืนเป็นการสร้างรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างสมดุลและมีความทั่วถึง โดยภาครัฐและเอกชนสามารถร่วมมือในการสร้างความสมดุลด้านการท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาหลักของงานวิจัย

โดยการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับด้วยไมตรีจิตอันดี การดำรงวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นที่ดีและการดูแลรักษาสีงแวดล้อมให้สมบูรณ์

โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นพื้นที่วิจัย เป็นจังหวัดที่ยาวที่สุดและแคบที่สุดในประเทศไทย มีความยาวจากทิศเหนือจรดทิศใต้ ประมาณ 212 กิโลเมตร ชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 224.8 กิโลเมตร มีส่วนที่แคบที่สุดอยู่ในเขตตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ ความกว้างจากอ่าวไทยถึงเขตแดน ประเทศพม่า ประมาณ 12 กิโลเมตร ระยะทางจากกรุงเทพมหานครตามทางหลวงแผ่นดินสายเอเชียหมายเลข 4 ประมาณ 318 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 4 – 6 ชั่วโมง จังหวัดมีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้ ทิศเหนือติด กับจังหวัดเพชรบุรี ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดชุมพร ทิศตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทย และทิศตะวันตกติดต่อกับประเทศพม่า มีความพิเศษในเรื่องการแบ่งภูมิภาค กล่าวคือ ตามการแบ่งอย่างเป็นทางการโดยคณะกรรมการ ภูมิศาสตร์แห่งชาติและราชบัณฑิตยสภา ประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ในภาคตะวันตก หากแบ่งตามระบบ 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้จะถูกจัดให้อยู่ในภาคกลางจากสถานการณ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวมีผู้ประกอบการภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้สร้างที่พัก โรงแรม โฮสเทล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจมาพัก ซึ่งความนิยมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากอำเภอเมืองหัวหินเป็นอย่างมาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว การสร้างอัตลักษณ์ ความเป็นเอกลักษณ์ ในแบบของท้องถิ่น เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวในการเข้าพักและเดินทางมาพักโดยจาก สำนักงานสถิติเรื่องโรงแรมที่พัก (2561) ในแต่ละอำเภอของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีจำนวนที่พัสดังนี้ อำเภอหัวหิน 90 แห่ง อำเภอปราณบุรี 73 แห่ง อำเภอสามร้อยยอด 38 แห่ง อำเภอกุยบุรี 10 แห่ง อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ 64 แห่ง อำเภอทับสะแก 23 แห่ง อำเภอบางสะพาน 36 แห่งและอำเภอบางสะพานน้อยจำนวน 14 แห่ง พบว่าในแต่ละอำเภอมีความแตกต่างของจำนวนที่พักรวม โดยอำเภอเมืองจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอันดับ 3 ซึ่งในเขตพื้นที่อำเภอเมืองมีความน่าสนใจ มีความสวยงามและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงโอกาสทางส่วนแบ่งทางการตลาดในด้านการท่องเที่ยวมีการกระจายนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงได้นำแนวคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาวิเคราะห์กับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเพื่อทำให้ผู้ประกอบการสร้างมาตรฐานการบริการได้เกินกว่าความคาดหวัง รวมไปถึงเรื่องกิจกรรมทางการตลาดที่ต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับความต้องการ ความคิด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลอดเวลา งานวิจัยนี้จะสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการ การนำไปประกอบการปรับกลยุทธ์และการบริหารงาน รวมถึงการนำเสนอแก่นักลงทุนในธุรกิจที่พัก รวมไปถึงการพัฒนากิจการที่พักรวมมีมาตรฐาน มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการหรือเข้ามาใช้บริการซ้ำ สร้าง ความยั่งยืนและการเติบโตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาศึกษาระดับความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดในการบริการนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7ps
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. สมมติฐานการวิจัย

- 3.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านเพศต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอายุต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านรายได้ต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 การศึกษาในครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 4.2 เพื่อทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด 7Ps
- 4.3 ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวเพื่อเป็น ข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาที่พักในเขตพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 4.4 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาให้ผู้ที่สนใจ โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย เป็นความคิดเห็นและคำแนะนำให้กับผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านที่พักประเภทต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงจากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5. ขอบเขตการศึกษา

- 5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลต่อระดับความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด 7Ps
- 5.2 ขอบเขตด้านประชากร ได้มีการกำหนดขอบเขตการศึกษาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยอ้างอิงข้อมูลในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเข้าพักที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจำนวน 624,372 คนและในปี 2561 จำนวน 968,840 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)
- 5.3 ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2561 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2561
- 5.4 ขอบเขตด้านตัวแปรการศึกษา สามารถจำแนกได้ดังนี้

5.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้

5.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการขาย
- ด้านบุคลากร
- ด้านกระบวนการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

6. ระเบียบวิธีวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close end Question) ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกคำตอบของ คำถามได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close end Question) ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกคำตอบของคำถามได้เพียงข้อเดียว โดยแบบสอบถาม สอบถามเรื่องของพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักเป็นแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ในหัวข้อเรื่อง ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การประเมินน้ำหนักออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

7. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน พบว่ามีเพศหญิงมากกว่าเพศชายและเพศทางเลือก โดยมีเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 เป็นเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 และเป็นเพศทางเลือก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 20 -25 ปีคิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี/ปวส. จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 -20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ลำดับที่สองคือ รายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านเพศต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่าเพศของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพศที่แตกต่างส่งผลในเรื่องภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การสร้างความประทับใจ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วยการบริการด้วยคุณภาพ ความรู้สึกประทับใจของการบริการจะทำให้ผู้ใช้บริการ

กลับมาใช้บริการอีกครั้ง และยังคงคล้องกับงานวิจัยของพุฒินันท์ ปัญญาพุฒินันท์ (2560) ในเรื่องของการที่ที่พักควรมีการรักษาภาพพจน์ชื่อเสียงของที่พักให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีและเหมาะสมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ ต่อมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณห้องพักและมีบริการนำเที่ยว เช่น One day trip เป็นต้น และส่งผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องของ ห้องพักมีราคาให้เลือกหลายระดับและราคาของห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องพัก เรื่องราคาที่ชัดเจนและเหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัคร์กฤษฏี เหลือโกศล (2549) กล่าวว่าผู้บริโภครหรือนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาที่สมเหตุสมผล มีการแสดงราคาที่ชัดเจน ราคาคุ้มค่า และมีห้องพักให้เลือกหลายราคา

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอายุต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พักและมีบริการนำเที่ยว เช่น One day trip เป็นต้น และปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาด ในเรื่องทำเลและสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางไปยังที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549) ที่กล่าวว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของที่พักที่ให้บริการโดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้รับบริการในการเข้าใช้บริการเป็นสำคัญ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านระดับการศึกษาต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก ประเภทและขนาดห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณห้องพัก และสิ่งแวดล้อม การตกแต่ง ความสวยงามและความสะอาดของที่พัก ถัดมาคือปัจจัยทางด้านราคา ได้แก่ สามารถทราบราคาห้องพักได้อย่างชัดเจน ราคาห้องพักมีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมมาพร งามวิเศษ (2555) ที่กล่าวว่าราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยราคาต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมและคุ้มค่า ต่อมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ทำเลและสถานที่ตั้งและที่พักตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งธุรกิจ ในส่วนในปัจจุบันด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ ที่พักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีส่วนลดในการเข้าพัก ต่อมาคือปัจจัยทางด้านบุคลากรนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่อง พนักงานให้การต้อนรับและให้บริการเป็นกันเอง พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพและเรียบร้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยชนก นรินทรไชย (2554) และ การะเกด แก้วมรกต (2554) กล่าวว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องของพนักงานขายที่อัธยาศัยดี สุภาพและแต่งกายเรียบร้อย ในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญเรื่อง การให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าและมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และสุดท้ายคือ ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ ที่นักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญได้แก่ การมีระบบการรักษาความปลอดภัยของที่พักอยู่ในระดับสูงและมีพื้นที่ลานจอดรถเพียงพอและสะดวกในการจอดรถ สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวลักษณ์ เครืออารีย์ (2549) กล่าวว่า การที่ที่พักมีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การให้ความสำคัญเรื่องมีบริการนำเที่ยว เช่น One day trip เป็นต้น ในที่พักที่ให้บริการ ต่อมาคือปัจจัยทางด้านราคา ได้แก่ ราคาของห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องพัก ถัดมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย อีกทั้งยังให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขายตามฤดูกาล เทศกาลต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวลักษณ์ เครืออารีย์ (2549) กล่าวว่า การมีส่วนลดสำหรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการและกลับมาเข้าพักในครั้งต่อไป และอาชีพที่ต่างกันนักนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านบุคลากรคือ พนักงานให้การต้อนรับและให้บริการเป็นกันเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้านรายได้ต่างกัน ส่งผลกับระดับความสำคัญในมีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่เรื่องภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก ประเภทและขนาดห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณห้องพัก ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ เรื่อง ความสะดวกในการเดินทางไปยังที่พัก ถัดมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ เรื่อง การส่งเสริมการขายตามฤดูกาล เทศกาลต่าง ๆ นอกจากนี้ในปัจจัยด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท บุญพรม (2551) ได้กล่าวว่า การให้บริการควรให้พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ อาทิเช่น การบริการขนส่งสัมภาระของนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความประทับใจในด้านบุคลากร ต่อมาคือปัจจัยทางด้านกระบวนการ ได้แก่ เรื่อง มีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานในการให้บริการอย่างชัดเจนเพื่อดำเนินการได้ตามความต้องการ และสุดท้ายปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางเพียงพอต่อผู้เข้าพัก มีการจัดพื้นที่การให้บริการเป็นสัดส่วนและสะดวกในการติดต่อ และมีพื้นที่ลานจอดรถเพียงพอและสะดวกในการจอดรถสอดคล้องกับงานวิจัยของฟิลลิป ค็อตเลอร์ (Kotler, 2006) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการแก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ในคุณค่าของสินค้าและบริการเรื่องบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ารับบริการให้ความสำคัญในการเข้ารับบริการเช่นกัน

8. ปฏิปรายผลการศึกษา

เรื่อง “การศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลต่อระดับความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps” ในครั้งนี้ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านผลิตภัณฑ์นี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่อง ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของที่พัก ในปัจจัยเรื่องนี้ไม่ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้าน นี้มากที่สุด ผู้วิจัยเห็นว่าที่พักมีภาพลักษณ์ที่ดีมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักรวมมากที่สุด รองลงมาคือ ประเภทและขนาดห้องพักและมีบริการนำ เที่ยว เช่น One day trip เป็นต้น นักท่องเที่ยวมีการเลือกที่พักรวมจากการศึกษาดูจากรูปภาพใน โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือการหาข้อมูลใน Google เพื่อให้เห็นสถานที่ของที่พัก รูปแบบห้องพัก ประเภทห้องพักก่อนเลือกที่จะเข้าพัก และยังให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของคนในพื้นที่ในการ พาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถ้าผู้ประกอบการมีการคิดไอเดียใหม่ๆ ในการทำ แพคเกจการให้บริการนักท่องเที่ยวยังทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาพักในที่พักในเขตพื้นที่อำเภอ เมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.ด้านราคา ในปัจจัยทางด้านราคานักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในระดับที่ไม่ แตกต่างกันในเรื่องของสามารถทราบราคาห้องพักได้อย่างชัดเจน ห้องพักมีราคาให้เลือกหลาย ระดับ ราคาของห้องพักมีความเหมาะสมกับห้องพักและราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับ ระยะเวลาที่เข้าพัก ซึ่งผู้ประกอบการควรเพิ่มเติมในเรื่องของการแสดงราคาที่ชัดเจนเหมาะสม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเลือกที่พักรวม ทั้งนี้เรื่องของราคาควรมีความเหมาะสมกับขนาด ของห้องพัก ให้ความสำคัญเมื่อเลือกเข้าพัก

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการ เดินทางไปยังที่พัก ที่พักตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งธุรกิจ รองลงมาคือเรื่องทำเลและ สถานที่ตั้งและมีวิธีการชำระเงินค่าห้องพักหลายช่องทาง ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะสร้างความ ชัดเจน การทำภาพประกอบเกี่ยวกับจุดสำคัญต่างๆ ในบริเวณโดยรอบที่พักเพื่อดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักรวมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล เทศกาลต่างๆ ซึ่งแน่นอนว่าการที่มีการส่งเสริมการขายนั้น ผู้ประกอบการควรมีทีมการตลาดที่มีการวางแผนการจัดการส่งเสริมทางการตลาด การ ประชาสัมพันธ์ การมอบส่วนลดหรือการสร้างความสะดวกในในเรื่องของประสบการณ์เมื่อได้เข้าพัก เป็นโปรแกรมตลอดทั้งปี เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ดีและสามารถวางแผนการเดินทาง ล่วงหน้าได้

5.ด้านบุคลากร ในเรื่องบุคลากรที่ให้บริการนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของพนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องของการให้บริการที่รวดเร็ว อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เนื่องจากช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาขึ้นเป็นช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน การได้รับความสะดวกสบายจึงเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการที่พิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

6.ด้านกระบวนการ ในปัจจัยด้านกระบวนการนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานในการให้บริการอย่างชัดเจน รองลงมาคือ การให้บริการอย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ เนื่องจากที่พักในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศไทยนั้นต้องหมั่นศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามเทรน ตามแฟชั่น ตามผู้รีวิว ยิ่งผู้ประกอบการสามารถเข้าใจ และสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเท่าใด นักท่องเที่ยวจะเลือกที่พักที่ผู้ประกอบการมีความใส่ใจ เข้าใจและมีการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

7.ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญในระดับเท่ากันคือ เรื่องมีระบบการรักษาความปลอดภัยของที่พักอยู่ในระดับสูง มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางเพียงพอต่อผู้เข้าพัก มีการจัดพื้นที่การให้บริการเป็นสัดส่วนและสะดวกในการติดต่อ และมีพื้นที่ลานจอดรถเพียงพอและสะดวกในการจอดรถ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่เสริมในเรื่องของการให้บริการที่ดี และการจัดสรรพื้นที่ที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องหมั่นสร้างและหมั่นตรวจตราเพิ่มเติมในการให้บริการในแต่ละช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง

9. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการทำการทดสอบสมมุติฐานและการเก็บข้อมูลเพื่อมาวิเคราะห์ในครั้งนีเพื่อการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด ทางผู้วิจัยได้สรุปปัญหาสาเหตุและแนวทางการแก้ไขเพื่อการจัดทำในครั้งต่อไปดังนี้

1.ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยอยากขยายกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อการเปิดตลาดและการศึกษาพฤติกรรมชาวต่างชาติเพิ่มเติม เนื่องจากในอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่เงียบสงบเหมาะสำหรับการพักผ่อนเป็นอย่างมาก เพื่อทำให้การศึกษาครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ทางผู้วิจัยจะเพิ่มเติมประเภทของกลุ่มเป้าหมาย

2.ในการศึกษาครั้งต่อไปต้องการเพิ่มเรื่องของจิตวิทยาที่นำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจเพื่อสร้างการดึงดูดจากจิตใต้สำนึกหรือความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค การสื่อสาร

การประชาสัมพันธ์จะมีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวไปอย่าง
แม่นยำ

3. เพื่อการศึกษาพฤติกรรม การเลือกที่พักของลูกค้ำที่ครอบคลุมในเขตพื้นที่อำเภอ
เมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรจัดทำกรรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทั้งจังหวัด
เพื่อนำข้อมูลมาดำเนินการเปรียบเทียบและพัฒนาต่อ

4. ครึ่งหน้าอยากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในประเด็นเดียวกันแต่
เพิ่มเติมเรื่องของมุมมองและแนวคิด ความต้องการและการสนองความต้องการเพื่อหาจุดที่สร้าง
ความประทับใจและการให้บริการที่เกินความคาดหวัง

10. กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.จิราพร ชมสวน
อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไข
ข้อบกพร่องในงานวิจัยนี้ ตลอดจนให้คำปรึกษาในด้านวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูล
ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำมาทดสอบ
สมมุติฐานในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักในพื้นที่
เขตอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลกับระดับความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด
7Ps

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณกนกกาญจน พรระชวุฒิ มารดาของผู้วิจัยที่เป็นสุดยอด
ของผู้สนับสนุน ตลอดจนครอบครัวพรระชวุฒิ พี่ น้อง เพื่อน และเจ้าหน้าที่ในคณะที่เป็นกำลังใจ
สนับสนุนการทำวิจัยอย่างที่ดีเยี่ยม และขอขอบคุณผู้ประกอบการที่พักสำหรับความร่วมมือ การ
ให้ข้อมูลและการอนุญาตในการแจกแบบสอบถามเพื่อจัดทำงานวิจัยนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ส่งมอบ
ผลการวิจัยนี้เพื่อไปปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ตามระดับความสำคัญใน
ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เพื่อนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ การขยายโอกาส
สำหรับตลาดแรงงานให้กับประชาชนในพื้นที่ และทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลสรุปและ
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตอบสนองกับความต้องการ
ของนักท่องเที่ยวที่ได้มาท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับการบริการที่ดีมากขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- กัมปนาท บุญพรม. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทกรณีศึกษา: เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- จรรยา วาหลวง. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์บัณฑิต. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- จันทมา รักมันเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พูนอินันท์ ปัญญาพูนอินันท์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในเขาหลักจังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจมาศ ประยูรหงษ์. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศศิโสรม ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในเขาหลัก, (2556). จาก <http://www.sawadee.co.th>.
- สุนทรีย์ ศิริจันทร์. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

- หทัยชนก นรินทร์ไชย. (2554). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัครกฤษฎี เหลือโกศ. (2559). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรม
ขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่.
วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อำนาจ มณีศรีวงศ์กุล . (2548) . การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ : ที่มาและ
การนำไปใช้.มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, 22(4), 88-95.

ภาษาต่างประเทศ

- Foxall, G. R., and Sigurdsson, V. (2013). **Consumer Behavior Analysis: Behavioral
Economics Meets the Marketplace.** Psychological Record, 63, (2), 231-237.
- Kotler, P. (1994). **Marketing management: Analysis, planning, implementation, and
control.** New York: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: Analysis, planning implementation and control
(9th Ed.).** New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). **Marketing management.** New Jersey: Pearson
Prentice Hall. Yamane, Taro.1967. **Statistics, an Introductory Analysis, 2nd Ed.,** New
York : Harper and Row.