

การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

The comparison of factors in selecting resorts in Ao Nang district and Nong Thale district Krabi province The comparative case study between Thai tourists and foreign tourists

วิชวุฒิ งานดี / Witchawut Ngandee¹

ดร. อนันต์ เขียวชาญกิจการ²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ข้อมูลปัจจัย และข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 200 คน ที่มาพักแรมในเขตตำบลอ่าวนาง และตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ ในด้านพฤติกรรมในการเลือกรีสอร์ทพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ ท่องเที่ยวเป็นรางวัล คิดเป็นร้อยละ 17.50 รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเพื่อนญาติ คิดเป็นร้อยละ 17.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ ท่องเที่ยวเพื่อประชุม ร่วมงานนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวเป็นรางวัล คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน และเพื่อติดต่อเรื่องงาน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ ในด้านปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มี

¹ นักศึกษาหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ในด้านการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญปัจจัยในการเลือกที่พักแรมประเภทรีสอร์ทในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ซึ่งมีค่ามากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญปัจจัยในการเลือก 3.93รีสอร์ท ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ และพบว่า 3.90t-test มีค่าเท่ากับ -0.720 และ Sig มีค่าเท่ากับ 0.472 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ในภาพรวม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ปัจจัย, รีสอร์ท, นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purpose of this study is 1) to study the behavior of choosing a resort for tourists in Ao Nang district and Nong Thale district Krabi province. 2) to study the factors of choosing a resort for tourists in Ao Nang district and Nong Thale district Krabi province. 3) to study and compare the importance of factors in choosing resorts between Thai tourists and foreign tourists in Ao Nang district and Nong Thale district Krabi province.

Classified by general information factor Information and personal behavior information of tourists. By using questionnaires as a research tool. To collect data with the sample group, which is 200 Thai tourists and 200 foreign tourists who visit in Ao Nang district And Nong Thale district Krabi province. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and t-test.

The research results are separated by purpose. In the behavior of choosing resorts, it was found that most Thai tourists. The purpose of travel is to travel as a reward accounted for 17.5 percent. Followed by the purpose of visiting friends/relatives accounted for 17.00 percent. Intended for other purposes accounted for 16.00 percent, respectively. For most foreign tourists. The purpose of travel is to travel to meetings/seminars/exhibitions accounted for 15.5 percent. Followed by a purpose for tourism as a reward accounted for 15.00 percent. Intended to rest and to contact the work accounted for 14.50 percent, respectively. In the factor of choosing the resort, it was found that Thai tourists pay more attention to the price with the highest average. Followed by distribution channels, marketing promotion and products with the lowest mean, respectively. While foreign tourists pay more attention to price and marketing promotion with the highest average. Followed by distribution channels and products with the lowest mean, respectively. In comparison to the importance of factors in choosing resorts, it was found that Thai tourists

and foreign tourists are important factors in choosing an overall resort at a high level. The foreign tourists give importance to factors in choosing the type of resort accommodation in the overall picture, with an average of 3.93. Which is more valuable than Thai tourists giving importance to the factors in choosing the resort in the overall picture, with an average of 3.90. And found that the t-test is equal to -0.720 and Sig is equal to 0.472 which is greater than 0.05. That means the level of importance in the selection of resorts in the overall picture between Thai tourists and foreign tourists in Ao Nang district and Nong Thale district Krabi Province not different.

Key words : factor, resort, tourist

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศดังกล่าว จึงให้ความสำคัญ ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ในฐานะเป็นกลไกหลัก ในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 เพื่อเป็นแผนหลัก ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ พบว่า ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย อยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลกหรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2558 , จังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวในระดับประเทศและระดับนานาชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสุขภาพ ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดกระบี่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศในอัตราที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 3,557,409 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.85 มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 78,335.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 6.89 มีรายได้สูงเป็นลำดับที่ 4 ของประเทศ รองจากกรุงเทพฯ ภูเก็ต และชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกระบี่มีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ มากที่สุด คือ สวีเดน รองลงมา คือ เยอรมัน สหราชอาณาจักร ตามลำดับ (ศาลากลางจังหวัดกระบี่, 2559)

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดกระบี่ คือ จังหวัดกระบี่ มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน คือ คุณภาพการบริการของรีสอร์ทและสถานที่พักภายในจังหวัด รีสอร์ทจึงเป็นธุรกิจการให้บริการที่พัก เพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการให้เป็นที่ยอมรับ และพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งดังนั้นเพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพมาตรฐานบริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณการค้า รวมทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีการค้า ด้านบริการการรักษาสิ่งแวดล้อม การพัฒนาปรับปรุง และรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่ดี จึงต้องคำนึงถึงความมั่นคงปลอดภัย สุขอนามัยในที่พัก ความเป็นธรรมชาติในการได้รับบริการราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ เอกสิทธิ์ ความกลมกลืน สอดคล้องกับสังคมวัฒนธรรมและวิถีชีวิต (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

ความสำคัญของรีสอร์ทนอกจากจะเป็นสถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มพูนเงินตรา ให้แก่จังหวัดได้เป็นจำนวนมาก ความพร้อมด้านการบริการที่เป็นมาตรฐาน จึงเป็นปัจจัยสำคัญ ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้หลงใหลเข้ามา

ดังนั้น แม้เกิดสถานการณ์ที่ส่งผลถึงการชะลอตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งผลกระทบต่อธุรกิจรีสอร์ทและสถานที่พัก แต่จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จึงมีความคาดหวังว่าธุรกิจรีสอร์ทและสถานที่พักในเขตจังหวัดกระบี่ ยังคงจะได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวธุรกิจรีสอร์ทและสถานที่พักมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้มาตรการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นนี้ผู้ประกอบการธุรกิจรีสอร์ทและสถานที่พัก จึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเข้าใจถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจในการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท อันจะมีผลให้ผู้ประกอบการได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น จึงเป็นประเด็นที่น่าคิดและน่าสนใจในการเลือกใช้บริการที่พักที่แตกต่างกัน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกที่พักรีสอร์ท ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อศึกษาวิเคราะห์ “อะห์ปัจจัยการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ว่าเป็นอย่างไร ควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยใดบ้าง ที่เป็นส่วนผลักดันให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการรีสอร์ทแตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการศึกษารูปแบบการบริการของรีสอร์ทและ

สถานที่พัก อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจรีสอร์ท ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารโรงแรม และสถานที่พักให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

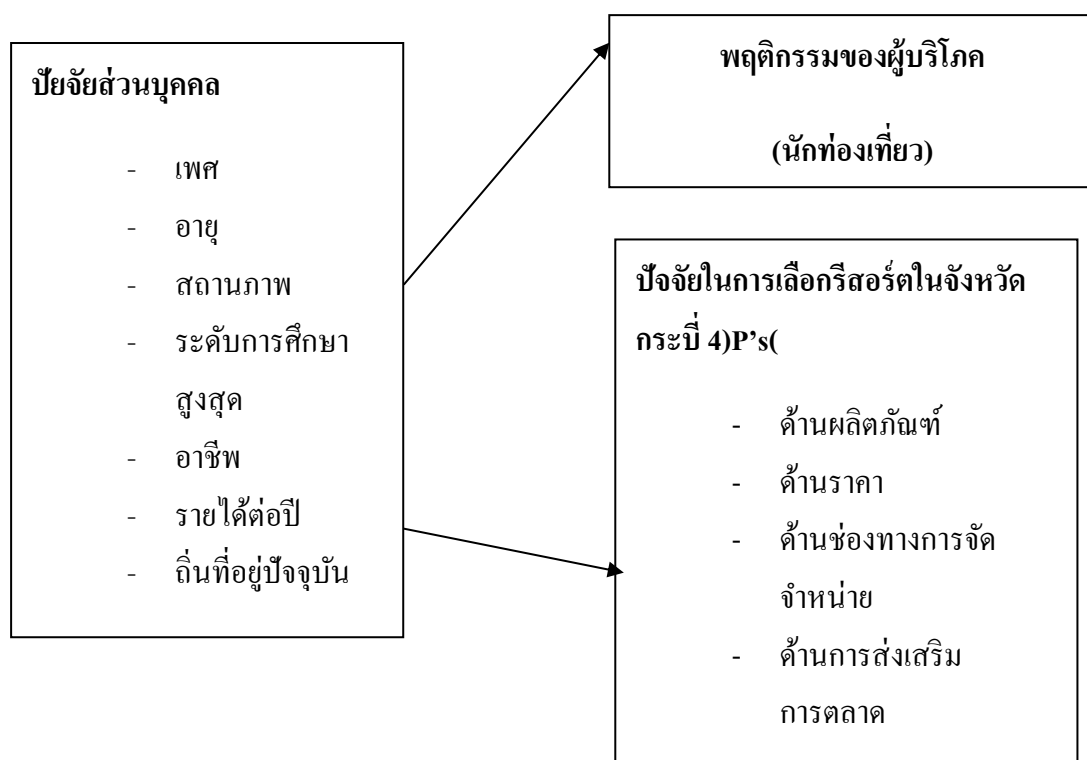
2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

3. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ปัจจัยในการเลือกที่พักโรงแรม หมายถึง คุณลักษณะต่างๆของรีสอร์ท ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่เท่านั้น

- รีสอร์ท หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่สร้างขึ้น เพื่อบริการที่พักชั่วคราวสำหรับผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัยอาหาร และบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและการเดินทาง โดยคิดค่าตอบแทน ซึ่งมักจะปลูกสร้างอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รูปแบบการออกแบบอาคารจะดูเข้ากับธรรมชาติ และต้องปลูกสร้างในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่เท่านั้น
- นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ และเลือกพักแรมรีสอร์ทในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ อย่างน้อย 1 คืน เพื่อการพักผ่อน รวมถึงผู้ที่มาพักค้างคืนเพื่อประชุมอบรมสัมมนาหรือติดต่อธุรกิจ
- นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง ชาวยุโรป อเมริกา เอเชีย ตะวันออกกลางและอื่นๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ และเลือกพักแรมรีสอร์ทในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ อย่างน้อย 1 คืน เพื่อการ 1 พักผ่อน รวมถึงผู้ที่มาพักค้างคืนเพื่อประชุมอบรมสัมมนาหรือติดต่อธุรกิจ

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. วิธีการดำเนินการวิจัย

- 5.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักรีสอร์ท ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่
- 5.2 ตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง พิจารณาเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ/ตามสะดวก โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 200 คน ที่มาพักแรมในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่
- 5.3 การเลือกตัวอย่าง กำหนดวิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น
- 5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ข้อมูลปัจจัย และข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- 5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆดังนี้
 - กระทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม 2560 ถึงเดือน ธันวาคม 2560
 - จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 200 ราย
 - ในกรณีข้อมูลที่ได้รับไม่ครบถ้วน จะดำเนินการโดยนำแบบสอบถามชุดใหม่ ให้กับกลุ่มตัวอย่างใหม่ ซึ่งเข้าไปใช้บริการที่พักรีสอร์ทในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

5.6 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้เขียนนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาทำการตรวจสอบความเรียบร้อยตรวจนับจำนวน
- นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการวิจัย เพื่อประมวลผลลัพธ์ที่ได้
- สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่
 - 1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
 - 2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกวีรกรรมของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
 - 3) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรมของนักท่องเที่ยว ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 4) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัย ในการเลือกวีรกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้ค่า t (t-test)

6. ผลการวิจัย

สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ จะทำการทดสอบค่า t)t-test)เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว (ชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ใน เขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก) H_1 ก็ต่อเมื่อ (Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการ ทดสอบสมมติฐาน แสดงดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม				
	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาวไทย	200	3.90	0.483	-0.720	0.472
ชาวต่างชาติ	200	3.93	0.400		

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 ซึ่งมีความมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ให้ความสำคัญปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 และพบว่าค่า t มีค่าเท่ากับ -0.720 และ Sig มีค่าเท่ากับ 0.472 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ในภาพรวม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์				
	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาวไทย	200	3.82	0.523	1.538	0.513
ชาวต่างชาติ	200	3.79	0.468		

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 ซึ่งมีความมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยใน

การเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และพบว่าค่า t มีค่าเท่ากับ 1.538 และ Sig มีค่าเท่ากับ 0.513 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา				
	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาวไทย	200	3.98	0.538	0.230	1.000
ชาวต่างชาติ	200	3.98	0.508		

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบโดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญปัจจัยกับการเลือกวีรกรรม ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ซึ่งมีความมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 และพบว่าค่า t มีค่าเท่ากับ 0.230 และ Sig มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านราคา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาวไทย	200	3.93	0.555	3.036	0.394
ชาวต่างชาติ	200	3.97	0.472		

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกวีรกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและ

ตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบโดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 ซึ่งมีค่ามากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 และพบว่าค่า t มีค่าเท่ากับ -0.399 และ Sig มีค่าเท่ากับ 0.394 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่

ประเภทนักท่องเที่ยว	ปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด				
	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาวไทย	200	3.87	0.678	7.172	0.065
ชาวต่างชาติ	200	3.98	0.574		

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบ โดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 ซึ่งมีค่ามากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 และพบว่าค่า t มีค่าเท่ากับ 7.172 และ Sig มีค่าเท่ากับ 0.065 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นหมายความว่า ระดับความสำคัญของปัจจัย ในการเลือกรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ไม่แตกต่างกัน

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกรีสอร์ท ในเขตตำบลอ่าวนางและตำบลหนองทะเล จังหวัดกระบี่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถแยกเป็นด้าน ได้ดังนี้

7.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ล้วนให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของรีสอร์ท การมีห้องพักให้เลือกหลายระดับ การออกแบบห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552)ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดในการ (เลือกเข้าพักโรงแรม) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตตำบลป่าตองอำเภอเกาะพู้จังหวัดภูเก็ตกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ ความสะอาดในห้องพักและบริเวณโรงแรม ความปลอดภัยและระบบรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและรูปลักษณ์ของห้องพัก ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และพนักงานบุคลิกดีแต่งตัวดี และสะอาด ตามลำดับ

7.2 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ล้วนให้ความสำคัญกับการแสดงราคาห้องพักชัดเจน การมีห้องพักหลายราคาให้เลือก และการที่ราคามีความเหมาะสมกับห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาสิณี คำสำราญ (2551) ศึกษา เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรมรีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ ที่พักอยู่บนชายหาด ที่พักสามารถไปยังชายหาดได้โดยสะดวก ที่พักอยู่ในภูมิประเทศที่สวยงาม การแสดงราคาอย่างชัดเจน และความเหมาะสมของราคาห้องพัก เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน ตามลำดับ

7.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ล้วนให้ความสำคัญกับการสามารถหาข้อมูลของรีสอร์ทได้หลากหลายช่องทาง ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจองห้องพัก เว็บไซต์ของผู้ให้บริการใช้งานง่าย และการมีวิธีการชำระเงินได้หลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรภพ โคตรวงษา (2549) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับเครื่องหมายการค้าและระดับดาวของโรงแรม สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และ ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการภายในโรงแรมด้านราคา (Price) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับราคาและคุณภาพของอาหาร และเครื่องดื่มรวมถึงมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด เช็คเดินทาง เครดิตการ์ด เป็นต้น ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการจองห้องพักผ่านเครือข่ายโรงแรมได้ทั่วโลก และการจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้านการส่งเสริม

การขาย (Promotion) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการโฆษณาผ่านโทรทัศน์และการที่โรงแรมมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน ด้านบุคคล (People) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการที่พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็วทันที และพนักงานมีบุคลิกภาพดี การแต่งกายสุภาพสะอาดสะอ้าน ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก และด้านสุดท้ายสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทย ผสมผสานกับความทันสมัยได้อย่างลงตัว การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เครื่องแบบพนักงานสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย

7.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดกระบี่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติล้วนให้ความสำคัญกับการมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล/เทศกาล การจัดแพ็คเกจทัวร์ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ และการให้ส่วนลดหรือข้อเสนอพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย บุญยะประภัสร์ (2553) จากการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาใช้บริการโคโคไนท์ บีช รีสอร์ท ส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรป เป็นเพศชายที่มีสถานภาพสมรส ยังโสด และทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งมีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ถึงร้อยละ 80.0 ซึ่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโคโคไนท์ บีช รีสอร์ท จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ของสายการบิน ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านราคาซึ่งเท่ากับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำในที่พักและที่ตั้งของรีสอร์ทใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่วางแผนในการเดินทางไปมากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ทวีป ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการโคโคไนท์ บีช รีสอร์ทแตกต่างกัน โดยทุกปัจจัยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาที่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านอาชีพ ที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (4 P') ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่ได้อย่างตรงจุด ควรให้ความสำคัญเรื่องการออกแบบให้โรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความสวยงามแตกต่างจากคู่แข่ง บุคลิกภาพของโรงแรมน่าอยู่ มีความน่าสนใจ มีห้องพักให้เลือกหลายแบบ จะส่งผลให้ห้องพักมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้นยอมทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักรของท่านเป็นอันดับแรก อีกทั้งยังสามารถทำให้เกิดการบอกต่อของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจของท่านให้ดียิ่งขึ้นไป

8.2 จากการศึกษาพบว่า ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ด้านราคา อยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นให้ความสำคัญกับในเรื่องของราคา เช่น การกำหนดราคาห้องพักราคาให้เลือกหลากหลาย อัตราค่าบริการที่เหมาะสมมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของที่พัก มีการ บอกราคาของห้องพักแต่ละประเภทให้ชัดเจน หรือมีรูปภาพประกอบ รวมถึงควรตรวจสอบราคาของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถตั้งราคาได้อย่างเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้ายินดีจ่าย อีกทั้งผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพมาตรฐานของห้องพัก การปรับปรุง ดูแลอย่างสม่ำเสมอในเรื่องของทัศนียภาพและความสะอาด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกประทับใจและเกิดการใช้จ่าย

8.3 จากการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับที่สอง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจำเป็นต้องมีทั้งช่องทางออนไลน์ (On-line) เช่น เว็บไซต์โรงแรม เอเจนต์สำหรับการจองห้องพักออนไลน์ โมบายแอปพลิเคชัน โซเชียลมีเดีย และออฟไลน์ (Off-Line) เช่น แผนกจองของรีสอร์ท ระบบจองกลาง เอเจนต์ท่องเที่ยว ระบบโทรศัพท์ สิ่งนี้ช่วยให้สามารถโปรโมตโรงแรมไปยังผู้เข้าพักจำนวนมากจากทั่วโลก และยังเพื่อความสะดวกในการจองห้องพักอีกด้วย

8.4 จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษาแนวโน้มความนิยมของกลุ่มลูกค้า พิจารณาถึงการแบ่งส่วนของตลาด จัดโปรโมชันร่วมกับการท่องเที่ยว และธุรกิจต่างๆ ของท้องถิ่น เพื่อนำเสนอแพ็คเกจกิจกรรมที่น่าสนใจกว่าการขายที่พักเพียงอย่างเดียว เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวแบบครบวงจร

บรรณานุกรม

- ไตรภพ โคตรวงษา. (2549). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บรรยายสรุป จังหวัดกระบี่ 2560. (2559). ศาลากลางจังหวัดกระบี่.
- พรชัย นุณยะประภัสร์. (2553). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโคโคนัท บีช รีสอร์ท เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560. (2558). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- รายงานประจำปี 2552 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2553). สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุธาสิณี คำสำราญ. (2551). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรอนงค์ ทองแท้. (2552). ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต .นครศรีธรรมราช สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัย : .ลักษณะ