

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม รวมไปถึงผู้ประกอบการรายใหม่ ได้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม มีทิศทางในการปรับตัวได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ สมมติฐานและตัวแปรกำหนดความหมายของตัวแปร กำหนดนิยามตัวแปรเชิงปฏิบัติการ สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามจำนวน 50 ข้อ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ข้อมูลที่รวบรวมได้มาแล้วนั้นได้นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่ามัธยฐานเลขคณิต (arithmetic means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 2 กลุ่ม (t-test) ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างประชากร 3 กลุ่มขึ้นไป (F-test : one-Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าความแตกต่างโดยวิธีของ Scheffe' และค่าสัมประสิทธิ์ เพียร์สันโปรดักต์โมเมนต์ (pearson product moment correlation coefficient) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for windows ช่วยในการประมวลผลข้อมูล

จากการศึกษาด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปี มาจากทวีปยุโรป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,500 ดอลลาร์สหรัฐ สถานภาพโสด และจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

จากการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยครั้งนี้เป็นครั้งแรก โดยมีผู้ร่วมเดินทาง 1-2 คนเป็นส่วนมาก โดยจะพักแรมที่อำเภอเกาะสมุย 3-4 วัน เดินทางมายังอำเภอเกาะสมุยโดยทางเครื่องบิน และส่วนมากทำการสำรองห้องพักผ่านทางตัวแทนรวมถึงเว็บไซต์ของตัวแทน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ ภูมิภาค, อาชีพ, ประสบการณ์เดินทางมาอำเภอเกาะสมุย, จำนวนวันที่พักแรม, รูปแบบการเดินทาง, และวิธีการสำรองห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับปานกลาง ในขณะที่ ปัจจัยด้านราคา, ด้านทำเลที่ตั้ง, ด้านบุคลากร, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก