

บทความวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต
ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง¹CUSTOMER SATISFACTIONS FROM THAI TOURISTS OF RESORTS
IN RANONG PROVINCEสุนิษา เพ็ญทรัพย์²

SUNISA PENSUP

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ตในอำเภอเมืองจังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาด เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน และเพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กันเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการของ รีสอร์ต เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่กำลังจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับกลุ่มประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักใน 10 รีสอร์ต ได้แก่ ภูธารารีสอร์ต น้ำใสเขาสวย รีสอร์ต บ้านเชิงเขารีสอร์ต พุทรีสอร์ต นาถเทวีรีสอร์ต เพลินพลาญารีสอร์ต เขานางหงารีสอร์ต เดอะฮิลล์รีสอร์ต เดอะบูเลต รีสอร์ต (ระนอง) และเดอะบูเลต รีสอร์ต (เกาะพยาม) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ทั้งสิ้น 400 คน โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ค่าไคสแควร์ (χ^2)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 20,000 - 30,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เข้าพักในภูธารารีสอร์ต วัตถุประสงค์ของการใช้บริการรีสอร์ต คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน ระยะเวลาในการเข้าพักรีสอร์ต จำนวน 1 - 2 คืน ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ที่พักแบบรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความพึงพอใจ สูงที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และประเด็น ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านราคา

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความ พึงพอใจต่อคุณภาพบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ งานวิจัยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประจำปี 2558

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : sunisa.pe@ssru.ac.th

“การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ท ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง”

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ พฤติกรรมในการใช้บริการและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ พฤติกรรมในการใช้บริการที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, รีสอร์ทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง, คุณภาพของการบริการ, ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This research to “Customer satisfactions from Thai tourists of resorts in Ranong Province” which response to Thai tourists demand. Research methodology us quantity analysis. The sample of population for this research are Thai tourists check-in for 10 resorts in Ranong province namely Bhuthara Resort, Numsaikaosuy Resort, Banchuengkao Resort, Pathu Resort, Narttavee Resort, Ploenpruksa Resort, Khaonanghong Resort, The Hidden Resort, The Blue Sky Resort (Ranong) and The Blue Sky Resort (Koh Payam). The total of thai tourist are 400 persons. The quantitative research methodology employed encompasses descriptive statistics in analyzing the data consisting of Frequency Distributions; Percentage, Mean and Standard Deviation. The research hypotheses being tested include Chi-square with a statistically significant level of 0.05 percentage.

The findings discovered that the majority of Thai tourists were female, aged between 21 and 30 years old, graduated bachelor degree. Most of them were government officials/state enterprise employees with an average salary between 20,001 - 30,000 baht. The most of Thai tourist check-in Bhuthara Resort Regarding the behaviors, most of them intended to travel for relaxation and stay 1-2 days in resort. Overall, there was a high level of satisfactions of Thai tourist in the resorts at Ranong Province. Regarding their satisfactions in the resorts at Ranong Province, the result indicated that the tourists had a high level of satisfactions. The highest level of their satisfactions distribution whereas the lowest level of their satisfactions products; promotion and price.

In terms of the relationship between the service quality and demographic factors, the outcomes revealed that those tourists with demographic differences had different service quality satisfactions at a statistically significant level of 0.05 percentage.

By the same token, the findings had also indicated that, in terms of the relationship between the tourists’ purpose and behavior, the outcomes revealed that those tourists with demographic differences had different service quality satisfactions at a statistically significant level of 0.05 percentage.

Keywords: Satisfactions, Resorts at Amphoe Muang Ranong Province, Service Quality, Marketing Mix 4 P’s

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่ง ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรมที่หลากหลายสวยงามมาก ทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกมากมาย ซึ่งอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นแหล่งที่ทำรายได้เข้าสู่ ประเทศไทยเป็นจำนวนมากส่งผลให้มีเงินทุนหมุนเวียน ในระบบเศรษฐกิจ เกิดการกระจายรายได้ ซึ่งปัจจุบัน มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวพร้อมพักผ่อนกับ สถานที่ที่ติดต่อสุขภาพร่างกาย มีการบริการด้าน สปาสมุนไพรเพื่อสุขภาพ บริการบำบัดต่างๆ และ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มขยายตัวจากเมืองใหญ่ สู่เมืองขนาดเล็ก ทำให้ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาธุรกิจอื่น ที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

ธุรกิจ ใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจ การให้บริการจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะของผู้มา ใช้บริการ ลักษณะของธุรกิจโรงแรมจะเน้นการให้บริการ ลูกค้าเป็นอันดับแรก ดังนั้นลูกค้าจึงต้องได้รับการต้อนรับ เป็นอย่างดี ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มา ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดระนอง ปัจจุบันมีธุรกิจที่พักแรม หลายประเภท ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท หรือบ้านพัก ตากอากาศ ซึ่งธุรกิจโรงแรมสร้างรายได้ให้จังหวัดระนองเป็น จำนวนมาก แต่บุคลากรที่ทำงานยังขาดความรู้ ด้าน การบริการเนื่องจากส่วนใหญ่บุคลากรจบการศึกษาใน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นในการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาอบรมและพัฒนา บุคลากรในโรงแรมต่อไป จังหวัดระนองมีรีสอร์ทหลายแห่ง โดยชมรมโรงแรมและธุรกิจที่พักจังหวัดระนองได้รวบรวม ข้อมูลการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเบื้องต้น ซึ่งพบว่ารีสอร์ทที่ มีนักท่องเที่ยวสนใจมาพักเป็นอันดับต้นๆ และกำลังเป็นที่ นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ภูธารารีสอร์ท น้ำใส เขาสุวารีสอร์ท บ้านเชิงเขารีสอร์ท พงษ์รีสอร์ต นาถเทวี รีสอร์ท เพลินพฤษารีสอร์ท เขานางหงษารีสอร์ท

เดอะฮิลด์รี รีสอร์ท เดอะบูตสกายรีสอร์ท (ระนอง) และ เดอะบูตสกายรีสอร์ท (เกาะพยาม) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรีสอร์ท ทั้ง 10 แห่ง เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาปรับปรุงให้ได้มา ซึ่งลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดและสามารถรองรับลูกค้า ไปได้อีกยาวนาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับลักษณะข้อมูลผู้ตอบ แบบสอบถามและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ ส่วนประสมทางการตลาด
2. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน
3. เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ พฤติกรรมและ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ กัน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวชาวไทยและความพึงพอใจต่อคุณภาพ การบริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด
2. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลวัตถุประสงค์ พฤติกรรมในการใช้บริการและความพึงพอใจต่อคุณภาพการ บริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ให้ความหมายบริการว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ให้ ความสะดวกต่างๆ พัฒนา ศิริโชคบัณฑิต (2548 หน้า 25)

ให้ความหมายการบริการว่า เป็นการกระทำหน้าที่ด้านใด ด้านหนึ่งที่กลุ่มบุคคลหนึ่งได้นำเอาไปเสนอขายแก่บุคคลอื่น โดยทั่วไป ที่มีลักษณะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้ การบริการเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่จำเป็นที่จะต้องเกี่ยวข้อง ถึงการขายสินค้าหรือการขายบริการนั้นๆ ก็ได้ แต่การ ให้บริการอาจจะใช้หรือไม่ใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบในการ ขายก็ได้และหากมีการใช้ตัวสินค้านั้น เป็นส่วนประกอบก็จะ ไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ ดังกล่าว

2. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจและความคาดหวัง

สไบทิพย์ มงคณินมิตร (2554) ได้ศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับการบริการว่า งานบริการเป็นงานจากพฤติกรรมของ บุคคล 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่เรียกว่าผู้บริการ และอีกฝ่ายเรียกว่า ผู้ใช้บริการ ซึ่งการจะให้บริการมีประสิทธิภาพและเป็น ประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือ การให้บริการ ที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจาก อารมณ์ ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการ ปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ เมื่ออยู่ในสภาพที่ เหมือนกัน การให้บริการที่มีคุณภาพ ตามหลักคำว่า S-E-R-V-I-C-E ดังนี้

S = Smart and Smile	บุคลิกที่ดีมีความมั่นใจใน การทำงาน และยิ้มแย้มแจ่มใส
E = Emotion	มีอารมณ์ดี
R = Relation	สร้างความสัมพันธ์ ยกย่อง ให้เกียรติลูกค้า และเพื่อน ร่วมงาน
V = Voice	ใช้เสียงและคำพูดที่สุภาพและให้ เกียรติ
I = Image	สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ตนเอง และสถาบัน
C = Courteous	สุภาพอ่อนน้อมมีมารยาทดี ในการให้บริการ
E = Enthusiastic	มีความกระตือรือร้นใน การให้บริการ

S = Skill

มีความชำนาญในงานที่ทำ

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พฤติกรรม นักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่า การกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและ บุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่ง ตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาท สัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายใน ร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็น ตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก

4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ฟิลลิป (2546 หน้า 24) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งการ ผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ ทำให้ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วยทุกสิ่งทุกอย่าง ที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่า 4 P's อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) โปรแกรม ทางการตลาดที่มีประสิทธิผลจะผสมผสานปัจจัยพื้นฐานของ ส่วนประสมทางการตลาดเข้าด้วยกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทางการตลาดของกิจการโดยการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจึงประกอบไปด้วยชุด เครื่องมือ/กลวิธีของกิจการเพื่อสร้างตำแหน่งที่เข้มแข็งใน ตลาดเป้าหมาย

5. แนวคิดเกี่ยวกับประเภทโรงแรมและที่พัก

โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) หรือเรียกว่า “รีสอร์ต” จะตั้งตามบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือ

มีกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งจะอยู่ที่ห่างไกลจากชุมชนหรือมีวิวทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม เป็นโรงแรมที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมต้องเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กิจกรรมเพื่อการกีฬา ทั้งในร่มและกลางแจ้งและรูปแบบสันทนาการที่หลากหลายเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลินเป็นสำคัญ ซึ่งจะสามารถดึงดูดผู้พักให้อยู่ได้นานวัน และยังคงดึงดูดผู้เข้าพักอยู่บริเวณที่มีรายได้ให้มาใช้บริการ เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ สนามกีฬา และบริการเพื่อความบันเทิง การพัฒนาการของโรงแรมตากอากาศในยุคก่อน จะปรากฏอยู่เฉพาะตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกเมือง แต่มาในปัจจุบันได้มีการสร้างขึ้นในเมืองและเขตนอกเมือง โดยการออกแบบและจัดบริเวณให้มีบรรยากาศสงบร่มรื่นคล้ายกับสถานที่ตากอากาศหรือรีสอร์ทในเมือง (In-city resort)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัญญลักษณ์ พรวิพิทยาเลิศ (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปี ในด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความเหมาะสมด้านห้องพักมากที่สุด ในด้านที่พนักงมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในราคาค่าบริการด้านสารสนเทศ ความบันเทิง เช่น อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆและในด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายด้านห้องพักพิเศษในแต่ละช่วงการเข้าพัก โดยภาพรวมผู้ให้บริการโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพฯ มีความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจด้านราคา ส่วนปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความพึงพอใจด้านสถานที่ และส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะกลับมาใช้บริการของโรงแรมเรดิสันกรุงเทพฯ ในครั้งต่อไป

พัฒนไชย อินทรโยธา (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในโรงแรมเจดับบลิว แมริออท กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 424 ตัวอย่าง พบว่าเป็นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง

41 - 45 ปี อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยระหว่าง 80,001 - 100,000 บาท และมีภูมิภาคที่อยู่อาศัยทวีปเอเชีย ส่วนด้านพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการในโรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว/พักผ่อน พักจำนวน 4 - 7 วัน ความถี่ในการเข้าพัก 3 ครั้งต่อปี ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือเพื่อน ข้อมูลข่าวสารในการเลือกโรงแรมจากบริษัทนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในโรงแรมเจดับบลิว แมริออท กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านสถานที่ของโรงแรม ส่วนด้านห้องประชุม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากแต่เป็นระดับความพึงพอใจในอันดับสุดท้าย

ธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาพักที่โรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสัญชาติเป็นประเทศในเอเชีย สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 140,001 - 210,000 บาท และวัตถุประสงค์ การเข้าพัก คือ การทำธุรกิจส่วนตัว โดยมีความคิดเห็น ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่อยู่ในระดับดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก และมีความจงรักภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับ อาจใช้บริการหรือแนะนำ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ทในอำเภอเมืองระนอง ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของที่พักประเภทรีสอร์ท

“การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง”

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยใช้แนวคิดในเรื่องของความพึงพอใจและส่วนประสมทางการตลาด

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้เลือกสถานที่เก็บข้อมูล คือสถานประกอบการประเภทธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ตในเขตอำเภอเมืองจังหวัดระนอง จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ ภูธารารีสอร์ต น้ำใสเขาสวยรีสอร์ต บ้านเชิงเขารีสอร์ต พุทธรีสอร์ต นาถเทวีรีสอร์ต เพลินพฤคารีสอร์ต เขานางหงส์รีสอร์ต เดอะฮิลล์รีสอร์ต เดอะบูลสกายรีสอร์ต (ระนอง) และเดอะบูลสกายรีสอร์ต (เกาะพยาม)

3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการที่พักรีสอร์ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ตทั้ง 10 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยจากการสุ่มตัวอย่าง โดยการหากลุ่มตัวอย่างแบบ NON - PROBABILITY เนื่องจากยังไม่ทราบจำนวนผู้เข้าพักในปี 2557 ดังนั้นจึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณ ตามวิธีของ Taro Yamane (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547 หน้า 117) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

E = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อแทนค่าในสูตรดังกล่าวโดยกำหนด

$N = 91,472$ คน และ $e = 0.05$

จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{91,472}{1+91,472 (0.05)^2} \\ &= 400 \end{aligned}$$

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นกระบวนการวิจัยที่ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะทำให้การศึกษาถึงคุณภาพการบริการจากสถานประกอบการที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในส่วนของการบริการที่พัก เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต ในอำเภอเมืองระนอง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต 10 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยสอบถามจากผู้รับผิดชอบของแต่ละรีสอร์ต จึงพอสรุปจำนวนได้ว่ามีลูกค้าเข้าพักตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2557 ทั้งสิ้นประมาณ 91,472 คน (ซึ่งจำนวนลูกค้าที่เข้าพักเป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับจากการสอบถามจากผู้รับผิดชอบของแต่ละรีสอร์ต) การเลือก

3. การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ตทั้ง 10 แห่งของอำเภอเมือง จังหวัดระนอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ รีสอร์ตที่เข้าพัก วัตถุประสงค์การเข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก รีสอร์ต

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของที่พักแบบรีสอร์ตในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-End Form)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแบบสอบถาม
2. ลงมือสร้างแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว
3. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโรงแรม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index of Content = 0.8) ของข้อความแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการทำวิจัยครั้งนี้หรือไม่

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 30 คน เพื่อหาข้อบกพร่องของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง และวัดหาค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเพื่อยืนยันความถูกต้องและคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability = 0.96) แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง จำนวน 400 คน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ตที่เต็มใจและยินดีให้ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลบริเวณแผนกส่วนหน้า Check - in/Check - out บริเวณ Lobby ในช่วงระยะเวลา 08.00 - 20.00 น.

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการจัดระเบียบข้อมูลหาร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแจกแจงความถี่ เป็นต้น รวมทั้งในส่วนของการเสนอแนะ ใช้วิธีการบันทึกข้อเสนอแนะในแต่ละรายแล้วนำมานับความถี่ เพื่อดูว่ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะหรือต้องการให้ปรับปรุงเรื่องใดมากที่สุด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลที่ใช้ในการปรับปรุงที่พักแบบรีสอร์ต

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต โดยได้ทำการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล (วิเชียร เกตุสิงห์ : 8 - 11) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อยที่สุด

สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการรีสอร์ตของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลความพึงพอใจที่ใช้บริการรีสอร์ต

“การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง”

ในอำเภอเมือง จังหวัดระนองของกลุ่มตัวอย่าง และข้อเสนอแนะ ผลการศึกษามีได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 34.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.80 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 30.80 มีรายได้ 20,000 - 30,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 44.30 ส่วนใหญ่เข้าพักในภูธรารีสอร์ต คิดเป็น ร้อยละ 20.00 วัตถุประสงค์ของการใช้บริการรีสอร์ต คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ระยะเวลาในการเข้าพักรีสอร์ต จำนวน 1 - 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 48.80

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.54 ซึ่งจัดอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รีสอร์ตมีจำนวนห้องพักที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีการออกแบบตกแต่งรีสอร์ตได้อย่างสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ รีสอร์ตมีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ด้านราคา พบว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.29 ซึ่งจัดอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อัตราค่าบริการห้องพักของรีสอร์ตมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ คุณภาพของการบริการเหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป และมีการแจ้งราคาห้องพักก่อนใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.85 ซึ่งจัดอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดย

มีความคิดเห็นมากที่สุดเรียงลำดับดังนี้ สามารถจองห้องพักโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์ และสามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนรับจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สามารถจองห้องพักผ่านระบบ Social Network ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถจองห้องพักผ่าน Mobile Application ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ตในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมเท่ากับ 3.34 ซึ่งจัดอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีความคิดเห็นเรียงลำดับดังนี้ การโฆษณารีสอร์ตผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา นิตยสาร แผ่นพับ ฯลฯ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 การประชาสัมพันธ์รีสอร์ตร่วมกับหน่วยงานองค์กรต่างๆ เช่น ททท. ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดโครงการส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

6. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการรีสอร์ตในครั้งต่อไป พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่กลับมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 33.2 และไม่กลับมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

1. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 2.902 ค่า df = 2 และ ค่า Sig. = 0.234 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ

2. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์

“การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแบบรีสอร์ต ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง”

ดังนั้นจึงสรุปว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

13. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 23.525 ค่า df = 15 และ ค่า Sig. = 0.074 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ

14. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 24.954 ค่า df = 10 และ ค่า Sig. = 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านราคา

15. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 91.317 ค่า df = 20 และ ค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

16. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 2.212 ค่า df = 5 และ ค่า Sig. = 0.819 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด

17. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 4.349 ค่า df = 8 และ ค่า Sig. = 0.824 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ

18. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 9.305 ค่า df = 8 และ ค่า Sig. = 0.317 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านราคา

19. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 14.388 ค่า df = 8 และ ค่า Sig. = 0.072 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

20. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 94.192 ค่า df = 16 และ ค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลวัตถุดิบประสพการณ์ในการใช้บริการและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

21. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 133.468 ค่า df = 15 และ ค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า วัตถุดิบประสพการณ์ในการใช้บริการรีสอร์ตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ

22. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 200.448 ค่า $df = 20$ และ ค่า $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า วัตถุประสงค์ในการใช้บริการรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านราคา

23. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 23.388 ค่า $df = 15$ และ ค่า $Sig. = 0.076$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า วัตถุประสงค์ในการใช้บริการรีสอร์ทไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

24. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 25.408 ค่า $df = 10$ และ ค่า $Sig. = 0.005$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า วัตถุประสงค์ในการใช้บริการรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด

25. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 53.798 ค่า $df = 20$ และ ค่า $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า พฤติกรรมในการใช้บริการรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านผลิตภัณฑ์การบริการด้านระยะเวลาในการเข้าพัก

26. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 6.864 ค่า $df = 5$ และ ค่า $Sig. = 0.231$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า พฤติกรรมในการใช้บริการรีสอร์ทไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านราคา

27. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 40.371 ค่า $df = 8$ และ ค่า $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า พฤติกรรมในการใช้บริการรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

28. เมื่อหาค่าไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าไคสแควร์ = 333.494 ค่า $df = 16$ และ ค่า $Sig. = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงสรุปว่า พฤติกรรมในการใช้บริการรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 20,000 - 30,000 บาท ต่อเดือน ส่วนใหญ่เข้าพักในภูธรา รีสอร์ท วัตถุประสงค์ของการใช้บริการรีสอร์ท คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน ระยะเวลาในการเข้าพักรีสอร์ท จำนวน 1 - 2 คืน ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอเมือง จังหวัดระนองพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ด้านราคาพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งพึงพอใจในความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจที่สามารถจองห้องพักโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์ และสามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนรับจองห้องพัก และด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก พึงพอใจในการโฆษณารีสอร์ทผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา นิตยสาร แผ่นพับ ฯลฯ ด้านความคิดเห็น

เกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการรีสอร์ตในครั้งต่อไป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่กลับมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญลักษณ์ พรวิพิทยาเลิศ (2551) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมเรติสสัน กรุงเทพฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปี ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความเหมาะสมด้านห้องพักมากที่สุด ในด้านที่พักกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในราคาค่าบริการด้านสารสนเทศ ความบันเทิง เช่น อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในด้านสถานที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งธุรกิจและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และในด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายด้านห้องพักราคาพิเศษในแต่ละช่วงการเข้าพัก โดยภาพรวมผู้ใช้บริการโรงแรมเรติสสัน กรุงเทพฯ มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความพึงพอใจด้านราคา ส่วนปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือความพึงพอใจด้านสถานที่ และส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะกลับมาใช้บริการของโรงแรมเรติสสันกรุงเทพฯ ในครั้งต่อไป

2. ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา วงศ์คำจันทร์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ที่มีอายุและระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่และด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์พฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจ

ต่อคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจที่พักควรให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ เพื่อพัฒนาปรับปรุงให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดและสามารถครองใจลูกค้าไปได้อีกยาวนาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์การบริการนั้น ควรมีการกำหนดมาตรฐานประสิทธิภาพด้านการบริการ ทำอย่างไรให้เป็นที่ยอมรับมากที่สุด การตกแต่งภายในห้องพักให้มีความสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ควรมีน้ำแร่ไว้บริการภายในห้องพักทุกห้อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงเมืองน้ำแร่อย่างใกล้ชิด และควรมีอินเทอร์เน็ตไว้บริการด้วย มีการสำรวจสิ่งของที่ใส่ภายในห้องให้ครบถ้วนอย่างต่อเนื่อง อุปกรณ์ภายในห้องพักควรปรับปรุงให้ทันสมัยได้มาตรฐาน พร้อมให้อยู่เสมอ และสิ่งแวดล้อมภายนอกโรงแรมควรเน้นความสะอาด ความสะดวก สบาย เน้นความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากโรงแรมของภาคอื่น มีการจัดที่จอดรถไว้รองรับอย่างเพียงพอ มีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการเป็นหลัก เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของตน

2. ด้านราคา และการส่งเสริมทางการตลาด ควรมีการจัดโปรโมชั่นห้องพักในช่วงต่างๆ ที่สภาพอากาศเหมาะสม ไม่มีฝนตกมาก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น มีการจัดส่วนลดให้กับผู้ที่พักในรีสอร์ตและต้องการทานอาหารในรีสอร์ต มีการเสนอขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้กับลูกค้าขณะโทรมาจองห้องพัก เพื่อเป็นการสร้างความคุ้มค่า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดทำป้ายแสดงเส้นทาง แผ่นพับ หรือแผ่นผังแสดงที่ตั้งของรีสอร์ต สำหรับแจกจ่ายในสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง ร้านอาหารหรือแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมทางสังคมต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคน

ในจังหวัดระนอง และเกิดการบอกต่อกัน ควรมีการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวระดับภาคและระดับประเทศ มีการออกฐานขายห้องพักในงานต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้มาใช้บริการได้เข้าถึงรีสอร์ทได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการของรีสอร์ท เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการและกลับมาใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอเมืองจังหวัดระนองอีกในครั้งต่อไป

2. เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนากลยุทธ์ในด้านการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมที่พักในภูมิภาคเดียวกันได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิเคราะห์การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอเมืองจังหวัดระนอง เพื่อให้เกิดผลที่ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักรีสอร์ทในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง

2. แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในการเปิดการค้าเสรีอาเซียน

เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์ รื่นรมย์,เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุณหนันท์. 2547. มุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสร้าง

องค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น .

กรุงเทพมหานคร : อินโนกราฟิกส์.

กัญญลักษณ์ พรวิพิทยาเลิศ. 2551. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมเรดิสัน กรุงเทพมหานคร.กรุงเทพมหานคร : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ชนิษฐา วงษ์คำจันทร์. 2546. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี. มหาสารคาม : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

คอตเลอร์ฟิลลิป. 2546. หลักการตลาด. โดย วารุณี ต้นติวงศ์วาณิช, นิภา นิรุตติกุล, สุทธิ เหล่าพันธ์, พรหม หรรษา, นิตยา งามแดน และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2551. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ, ฐิตินันท์ วารวณิช. 2549. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด.

ฉันทขจรณณอม. 2552. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.

ชลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. 2538. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัดมหาชน สาขาซีคอนสแคว์. ภาคินพนธ์ ปริณูณมหาบัณฑิต : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.

ธัญญารัตน์ บุญต่อ. 2552. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : กรุงเทพมหานคร.

นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์. 2553. การโรงแรมเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บุญเสริม หุตะแพทย์, มนูญ กาละพัฒน์. 2552. **อุตสาหกรรม
การบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พัฒนไชย อินทรโยธา. 2551. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มา
รับบริการในโรงแรมเจดับบลิวแมริออท
กรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร : กรุงเทพมหานคร.

พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. 2548. **การตลาดสำหรับธุรกิจ
บริการ**. กรุงเทพมหานคร : แชนพรีพริ้นติ้ง.

มณีวรรณต้นไทย. 2533. **พฤติกรรมการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่ห้องควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ .
วิทยานิพนธ์ ร.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ :**
กรุงเทพมหานคร.

มณฑกานต์ แลนแคสเตอร์. 2548. **การตลาดโรงแรม .
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย์.**

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. 2551. **จิตวิทยาการบริการ .
กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮ้าส์.**

วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิ
ปัญญา จังหวัดระนอง. 2544. **หนังสือเฉลิมพระ
เกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. กรุงเทพฯ :**
กรมศิลปากร.

ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2551. **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วน
จำกัด สามลดา.

สมยศ นาวิการ. 2543. **การบริหารองค์การหรือหน่วยงาน .
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : บรรณกิจ.**

สุพัตรา สร้อยเพชร. 2550. **การจัดการโรงแรม**. ขอนแก่น :
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.