

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้เขียน นายเจนวุฒิ ปาณชู

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรรณัช สายประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยไม่เกี่ยวกับฤดู โดยต้องการไปเยี่ยมชมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว มีเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหินมากกว่า 4 ครั้ง โดยใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมายังอำเภอหัวหินครั้งนี้ ซึ่งจะเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด และการเดินทางครั้งนี้จะมากับคู่รัก/ครอบครัว ส่วนระยะเวลาในการพักในอำเภอหัวหินมากที่สุด พบว่า นักท่องเที่ยวจะพักเพียง 1 คืน โดยส่วนใหญ่จะพักที่โรงแรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมมากที่สุดคือ ชายหาดหัวหิน ซึ่งเหตุผลในการเดินทางมาอำเภอ หัวหินครั้งนี้เพราะความต้องการด้านกายภาพ ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เช่น เดินเล่นชายหาด ส่วนการหาข้อมูลก่อนการเดินทางมาอำเภอหัวหินครั้งนี้ จะหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด ส่วนแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด คือ คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน สำหรับประเภทข้อมูลที่หาในการเดินทางท่องเที่ยวอำเภอหัวหินครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

และส่วนใหญ่มีการเตรียมการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง การให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก เว้นปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ ได้แก่ เรื่องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เรื่องผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เรื่องสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมีจุดรถสะดวก เพียงพอ เรื่องป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เรื่องการคมนาคมสะดวก เรื่องพาหนะในการเดินทางมีหลายทางเลือก เรื่องไม่มีการจราจรติดขัด เรื่องปั้มน้ำมันมีเพียงพอ สะอาด และเรื่องตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี อยู่ใน Quadrant A ซึ่งถือเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นมากที่สุด และควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น

ส่วนปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า ได้แก่ เรื่องมีการจำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกหลายประเภทและน่าสนใจ เรื่องของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม เรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ เรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เรื่องมีแพ็คเกจนำเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ เรื่องราคาแพ็คเกจนำเที่ยวมีความเหมาะสม เรื่องมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลากหลายช่องทาง เรื่องมีการให้บริการของมัคคุเทศก์นำเที่ยว เรื่องร้านอาหารและแหล่งบันเทิงมีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เรื่องวัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ เรื่องมีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม เรื่องเสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว เรื่องมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม เรื่องการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ เพียงพอ เรื่องป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เรื่องมีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เรื่องนักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะ เรื่องมีเพียงพอ มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ เรื่องโทรศัพท์สาธารณะมีเพียงพอ สะอาด

สำหรับปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่เรื่อง โรงแรม ที่พักรมมีเอกลักษณ์ สวยงาม เรื่องแหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก เรื่องมีการแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิงทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด เรื่องการคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย เรื่องความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่นศูนย์การค้าที่ทันสมัย และเรื่องมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอราคาเหมาะสม

Independent Study Title Satisfaction of Thai Tourists Towards Tourism Industry
in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province

Author Mr. Janevoot Panchoo

Degree Master of Business Administration

Advisor Dr. Wanlanai Saiprasert

ABSTRACT

This independent study aimed at studying Members Satisfaction Towards Service Marketing Mix of Thai Otsuka Pharmaceutical Company Limited Saving and Credits Cooperative. Data were Cooperative ; then, all data obtained were analyzed by the use of descriptive statistic, consisting of frequency, percentage and mean ; and Importance-Performance Analysis.

The findings showed that most member were female, who had age between 26- 35 years old, married, graduated of upper secondary school (Matayomsuksa 6 or Certificate of Vocational Education) income between 10,001- 20,000 baht per month. Almost all members were secondary members who had the age of working more than 11 years. They were share value not more than 30,000 baht, Deposit service 1,001- 5,000 baht per month, used loan service less than 30,000 baht per cycle, the age of membership between 2-5 years old.

In the study found Service Marketing Mix total 7 factors were (1) Product factor (2) Price factor (3) Place factor (4) Promotion factor (5) People factor (6) Process factor (7) Physical Evidence factor that the factor that important to most members at the highest level was as following data Place factor, Process factor, Product factor, People factor, Price factor, Physical Evidence factor and Promotion factor.

In the study found that the factor that satisfied to most customers at the highest level was as following data. For Price factor, Product factor, Process factor, People factor, Physical Evidence factor and Promotion factor.

The analytical results on the Importance-Performance Analysis Model (IPA) found that there are sub-factors in Quadrant A, which should be improved urgently: In Product factor, aspects needed to be improved welfare for members. In People factor, aspect needed to be improved was the circulation of update information to member as done by the persons in charge of public relations.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved