

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สำหรับผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมากใน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ (4.12), ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (4.03), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.66), และ ปัจจัยด้านราคา (3.64) ในขณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับปานกลางใน 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ (3.49), ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.48), ปัจจัยด้านหุ้นส่วนทางธุรกิจ (3.39) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (3.03) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม (4.11) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (3.85) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (3.87) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีส่วนลดสำหรับการเข้าพักครั้งต่อไป (3.56) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร (4.27) ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีทำเลที่ตั้งดีชายหาด (4.46) ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ ได้แก่ มีตัวแทนรับรองห้องพักที่น่าเชื่อถือ (3.63) และ ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการ ได้แก่ มีบริการสระว่ายน้ำ (4.11) ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก (3.66) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม (4.11) มีรูปลักษณ์อาคารภายนอกสวยงาม (3.99) มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (3.92) มีการตกแต่งห้องพักรสวยงาม (3.92) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี (3.89) มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้อย่างเหมาะสม (3.80) มีการออกแบบห้องพักเป็นสัดส่วน (3.77) มีภาพลักษณ์ที่ดี (3.73) และมีปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีพื้นที่ภายในห้องพักไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร (3.44) มีประเภทของอาหารให้เลือกหลากหลาย (3.38) ชื่อเสียงของรีสอร์ท (3.32) และ เปิดให้บริการด้านอาหารตลอด 24 ชั่วโมง (2.76) ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านราคา (Price)

ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก (3.64) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ (3.85) มีการปรับราคาลดลงในช่วงโลว์ซีซั่น (3.71) เปิดรับชำระด้วยบัตรเครดิต (3.68) มีระดับราคาให้เลือกหลากหลาย (3.65) มีส่วนลดพิเศษ (3.57) โดยมีปัจจัยเดียวที่มีผลในระดับปานกลาง คือ อัตราค่าบริการต่ำกว่ารีสอร์ทระดับเดียวกันแห่งอื่น (3.42)

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับปานกลาง (3.48) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (3.87) มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก (3.67) มีบริการรับ-ส่งจากท่าเรือ (3.65) มีระบบรับจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต (3.64) มีบริการรับ-ส่งจากสนามบิน (3.52) และปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีระบบรับจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่าย (3.41) มีสำนักงานรับจองห้องพักในกรุงเทพฯ (3.36) และมีสำนักงานรับจองห้องพักที่จังหวัดตราด (2.75) ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับปานกลาง (3.03) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมากเพียงปัจจัยเดียว ได้แก่ มีการมอบส่วนลดสำหรับการเข้าพักครั้งต่อไป (3.56) ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีผลต่อการเลือกพักในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน (3.13) มีการออกร้านในนิตยสารการท่องเที่ยว (3.12) มีการจัดเทศกาลพิเศษ เช่น เทศกาลอาหารทะเล (2.91) มีโครงการสะสมแต้มแลกรับของรางวัล (2.83) และ มีการมอบของที่ระลึกเมื่อเข้าพัก (2.63) ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก (4.03) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมากที่สุด ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพและเป็นมิตร (4.27) ให้บริการลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างเสมอภาค (4.12) ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง (4.05) แผนกต้อนรับมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี (3.98) แผนกบริการห้องพักมีคุณภาพในการให้บริการเป็นอย่างดี (3.93) และ ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว (3.88) ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ (Physical Attribute)

ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดในระดับมาก (4.12) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านคุณลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมากที่สุด ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีทำเลที่ตั้งติดชายหาด (4.46) มีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่พลุกพล่าน มีความเป็นส่วนตัว (4.23) มีสภาพทางธรรมชาติของทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น (4.23) มีความปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวทางทะเล (4.12) มีชายหาดส่วนตัว (4.12) มีพื้นที่กว้างขวาง (4.00) มีที่ตั้งที่เดินทางไป-มา ภายในเกาะได้อย่างสะดวก (3.95) มีสถานที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทางเข้าถึง (3.91) ตามลำดับ

### ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ (Partnership)

ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับปานกลาง (3.39) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับ

มากเพียงปัจจัยเดียว คือ มีตัวแทนรับจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ (3.63) ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีผลในระดับปานกลางทั้งสิ้น โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อยู่ในเครือข่ายของโรงแรมชั้นนำ (3.37) มีการเข้าร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอื่น เช่น สายการบิน บริษัททัวร์ ฯลฯ (3.29) และมีเครือข่ายตัวแทนรับจองห้องพักจำนวนมาก (3.27) ตามลำดับ

#### **ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการ (Programming)**

ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับปานกลาง (3.49) โดยมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดแผนงานบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการสระว่ายน้ำ (4.11) มีบริการแพ็คเกจจัมปน้ำ (3.63) มีบริการกิจกรรมกลางแจ้ง (3.59) มีบริการนวดแผนโบราณ (3.54) ส่วนปัจจัยอื่นๆ มีผลในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการเรือนำเที่ยวรอบเกาะ (3.50) มีบริการสปา (3.41) มีบริการอินเทอร์เน็ต (3.38) มีบริการเรือสำราญขนาดเล็ก (3.16) และมีบริการสปอร์ตคลับหรือฟิตเนส (3.10) ตามลำดับ

#### **ผลการทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และภูมิลำเนาต่างกัน ในขณะที่คุณลักษณะด้านเพศ อายุ และ อาชีพ ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ย และภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาและภูมิลำเนาต่างกัน

ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ปัจจัยด้านการจัดแผนงานบริการมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านร่วมกับคุณลักษณะทางประชากรสรุปผลได้ดังนี้

ตาราง 27 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านร่วมกับคุณลักษณะทางประชากร

คุณลักษณะทางประชากร	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นลำดับแรก
เพศ	
ชาย	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
หญิง	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
อายุ	
ต่ำกว่า 21 ปี	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
21-30 ปี	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
31-40 ปี	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
41-50 ปี	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
51-60 ปี	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ระดับการศึกษา	
มัธยมศึกษา	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ปริญญาตรี	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ปริญญาตรีขึ้นไป	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ

ตาราง 27 (ต่อ)

คุณลักษณะทางประชากร	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง ของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นลำดับแรก
อาชีพ	
ข้าราชการ	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
พนักงานบริษัทเอกชน	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ธุรกิจส่วนตัว	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
นักศึกษา	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
เกษียณอายุ /ว่างงาน	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
รายได้เฉลี่ย	
ต่ำกว่า 15,001 บาท	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
15,001-30,000 บาท	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
30,001-45,000 บาท	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
45,001-60,000 บาท	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
60,001 บาท ขึ้นไป	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
ภูมิลำเนา	
กรุงเทพมหานคร	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
จังหวัดอื่นๆ	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
ทวีปเอเชีย	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
ทวีปอเมริกา	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
ทวีปยุโรป	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากตาราง 27 นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวทุกระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรกทั้งสิ้น ยกเว้นกลุ่มอายุ 21-30 ปี ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท , รายได้ 15,001-30,000 บาท และรายได้ 45,001-60,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก มีเพียงกลุ่มรายได้ 30,001-45,000 บาท ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นลำดับแรก

ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 60,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการและปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรกในสัดส่วนเท่ากัน

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในทวีปต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผู้ให้บริการเป็นลำดับแรก

**สมมติฐานที่ 2** นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 28 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ลำดับที่	นักท่องเที่ยวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
1	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
2	ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ
3	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านราคา
4	ปัจจัยด้านราคา	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
5	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ
6	ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
7	ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ	ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ
8	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย

จากตาราง 28 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการ และ ปัจจัยการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

### อภิปรายผล

สำหรับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ตระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เลือกพักรีสอร์ตระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านหุ้นส่วนทางธุรกิจ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Morrison (1989: 210) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั่วไปอาจไม่เพียงพอที่จะอธิบายปรากฏการณ์บางอย่างในธุรกิจภาคบริการได้ดีพอ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความแตกต่างไปจากการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทั่วไป เนื่องจากสิ่งผู้บริโภคต้องการไม่ได้มีเพียงแค่รรถประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการเท่านั้น หากคาดหวังไปถึงอรรถประโยชน์เชิงอารมณ์ความรู้สึก

ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ตระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ดังจะเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการมีทำเลที่ตั้งดีชายหาด การมีทำเลที่ตั้งที่สงบไม่พลุกพล่าน มีสภาพทางธรรมชาติที่โดดเด่น และมีความปลอดภัยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล ในลำดับต้นๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นในเชิงประจักษ์ได้อย่างชัดเจนถึงความเหนือกว่าของคุณภาพบริการที่จะได้รับ นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ



Ahmed (2001: online) ที่เสนอกรอบแนวคิดในการพัฒนารีสอร์ทริมชายหาดโดยยึดหลักแนวคิดด้านคุณลักษณะและศักยภาพในการรองรับทางกายภาพของสภาพพื้นที่ริมชายหาดเป็นสำคัญเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Inkabaran, Jackson and Chhetri (2004: online) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัวให้ความสำคัญกับการได้อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยส่วนใหญ่ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานพักแรมมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา (กนกพรศิริโรจน์, 2545: บทคัดย่อ, กฤษฎี กาญจนกิตติ, 2546: บทคัดย่อ, J.D. Power and Association, 1999: online และ Kevin K.F. Wong, 2002: online) ซึ่งเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะการศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะรีสอร์ทระดับราคาสูง ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการจะต้องเป็นผู้มีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่มั่นคงพอสมควรจึงจะสามารถมาใช้บริการรีสอร์ทระดับนี้ได้ ดังนั้นปัจจัยด้านราคาอาจลดทอนความสำคัญลงในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกจากนั้นส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างไม่ได้จำกัดเฉพาะนักท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียว เนื่องจากมีการใช้กลุ่มประชากรที่เป็นผู้ใช้บริการห้องประชุมสัมมนาในขณะที่งานวิจัยบางงานเป็นการศึกษาในบริบทที่แตกต่างกัน เช่นเป็นการศึกษาในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา หรือฮ่องกง เป็นต้น แม้ว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะให้มุมมองที่แตกต่างไปจากงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่กำหนดปัจจัยส่วนประสมการตลาดตามแนวคิดของ Philip Kotler (ยงยุทธ พงษ์พันธ์ และคณะ, 2547: 17-28) ซึ่งเหมาะสำหรับการศึกษาส่วนประสมการตลาดของสินค้ามากกว่าธุรกิจบริการ โดยทำการศึกษาเพียง 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการใหม่ที่เสนอโดย Morrison (1989: 210) เป็นเหตุให้ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพไม่ได้ถูกนำเข้าไปศึกษาดังเช่นในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งผู้ศึกษาตระหนักถึงความแตกต่างของธุรกิจบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวต่างไปจากสินค้าอื่นที่ไม่อาจละเลยการให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นที่จะช่วยเสริมหรือเติมเต็มอรรถประโยชน์ทางอารมณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ประกอบกับผู้ศึกษาตระหนักถึงข้อค้นพบในการศึกษาของ Smith (1990: online) ที่พบว่า โมเดลการวิวัฒน์จากรีสอร์ทริมชายหาดเดิมกำลังเปลี่ยนไปในเชิงลบจากเดิมไปสู่การเป็นรีสอร์ทที่สูญเสียสภาพความเป็นธรรมชาติและความเป็นส่วนตัว โดยเห็นได้จากการถดถอยลงของปัจจัยด้านการคงอยู่ของพืชพันธุ์และสัตว์ป่า ปัจจัยด้านทางกายภาพ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งหนึ่งในรีสอร์ทที่เป็นกรณีศึกษาในเรื่องดังกล่าวเป็นรีสอร์ทริมชายหาดของประเทศไทย 2 แห่ง คือ รีสอร์ทบริเวณหาดพัทยา และรีสอร์ทบริเวณหาดหัวหินของประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นวิกฤตสำคัญที่รีสอร์ทริมชายหาด

พึงเร่งแก้ไขโดยยึดหลักยึดหลักแนวคิดด้านคุณลักษณะและศักยภาพในการรองรับทางกายภาพของสภาพพื้นที่ริมชายหาดตามที่ Ahmed (2001: online) เสนอไว้ เพื่อให้การพัฒนา รีสอร์ท ริมชายหาดเป็นไปอย่างยั่งยืนก่อนที่สภาพดังกล่าวจะกลายเป็นวิกฤต

ในส่วนของการบริหารจัดการรีสอร์ท สิ่งที่ผู้ประกอบการพึงให้ความสำคัญคือ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในแต่ละด้าน ซึ่งในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การตกแต่งสภาพแวดล้อมสวยงาม ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการรีสอร์ทขนาดเล็กสามารถปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมากเพียงแค่ออกแบบตามหลักสุนทรียศาสตร์ หรืออาจยึดแนวทางการออกแบบรีสอร์ทของ Rutledge (Mill, 2001: 88) ก็ได้ ซึ่งนอกจากจะช่วยประหยัดต้นทุนแล้วยังดำเนินไปตามหลักการออกแบบรีสอร์ทที่ดี ที่คุ้มประโยชน์ใช้สอยอีกด้วย

สำหรับปัจจัยด้านราคา ข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า กลยุทธ์ราคาถูกไม่อาจจูงใจนักท่องเที่ยวในตลาดระดับบนได้อย่างเช่นนักท่องเที่ยวในตลาดระดับล่าง ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพพอที่จะมาใช้ที่จะสู้ราคาได้ หรือเลือกบริการ โดยคาดหวังที่จะได้รับบริการที่เหนือกว่ารีสอร์ททั่วไป ดังนั้นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญจึงเป็นเรื่องของการประเมินความคุ้มค่าของเงินที่เสียไปกับบริการที่ได้รับ ฉะนั้นผู้ประกอบการรีสอร์ทพึงให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า กลยุทธ์ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจการประเมินดังกล่าวได้นั้นสามารถทำได้โดยการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจต่อบริการทั้งในภาพรวมและรายด้าน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบริการให้เป็นที่ไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

จากปัจจัยด้านราคาดังกล่าวจะเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความเชื่อมโยงกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากลูกค้าจะทำการประเมินความคุ้มค่าของเงินที่เสียไปกับบริการที่ได้รับ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ทางผู้ประกอบการพึงสร้างให้เกิดขึ้นในบริการคือ การให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่สุดในบรรดาปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า โดยผู้บริหารรีสอร์ทอาจยึดหลักคุณภาพการให้บริการที่ดีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547: 301) เป็นแนวทางในการเสริมสร้างทัศนคติการเป็นผู้ให้บริการที่ดีแก่พนักงานของตนก็ได้

นอกจากนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้บริหารรีสอร์ทพึงนำเสนอแก่ผู้มาใช้บริการ คือ การมอบส่วนลดสำหรับการเข้าพักครั้งต่อไป เนื่องจากผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า กลยุทธ์ดังกล่าวเป็นรูปแบบการส่งเสริมการจำหน่ายที่ผู้ใช้บริการสนใจมากที่สุด โดยอาจจัดทำในรูปของบัตรอภินันทนาการ ทั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่า บัตรอภินันทนาการดังกล่าวควรนำเสนอ

สิทธิดังกล่าวใน 2 รูปแบบ คือ ในกรณีที่ผู้มาใช้บริการเป็นลูกค้าเดิมจะมอบส่วนลดให้มากกว่า หากเป็นการมอบบัตรอภินันทนาการต่อให้กับลูกค้าใหม่ ทางรีสอร์ทอาจปรับส่วนลดลงเล็กน้อย เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่า หากระบุให้สิทธิเฉพาะลูกค้าเดิมจะเป็นการจำกัดโอกาสของทางรีสอร์ทเอง หากลูกค้ารายนั้นไม่มีแผนที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะช้างอีก หรือในกรณีที่เป็นลูกค้าต่างชาติซึ่งโอกาสเดินทางกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นไปได้น้อยมาก ดังนั้นเพื่อขยายโอกาสจึงควรเสนอส่วนลดใน 2 รูปแบบ เพราะลูกค้าเดิมสามารถมอบบัตรดังกล่าวต่อให้แก่ครอบครัว ซึ่งจะช่วยให้โอกาสได้ลูกค้าเพิ่มมีมากขึ้น ดังข้อค้นพบในผลการวิจัยของ อรุณี ปัญญามูลวงศา (2546: บทคัดย่อ) และ กนกพร ศิริโรจน์ (2545: บทคัดย่อ) ที่พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวเปิดรับและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ข้อมูลหรือคำแนะนำจากเพื่อนและญาติมิตร

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การมีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ เนื่องจากธุรกิจบริการสถานพักผ่อนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น คือ ผู้ผลิตไม่ต้องเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปให้กับผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเข้ามาหาผลิตภัณฑ์หรือเข้ามาใช้บริการ ณ จุดให้บริการ ดังนั้นการกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคจึงยึดหลักการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบของการให้บริการข้อมูลทางเว็บไซต์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้มาใช้บริการ โดยมีความได้เปรียบกว่าการโทรศัพท์ติดต่อสอบถาม เนื่องจากเว็บไซต์สามารถแสดงภาพของรีสอร์ทตั้งแต่ตัวอาคาร ห้องพัก ตลอดจนสภาพแวดล้อม นอกจากนั้นปัจจุบันยังมีเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลส่วนกลางซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบรีสอร์ทหลายแห่งพร้อมกันได้สะดวกและรวดเร็วมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนกพร ศิริโรจน์ (2545: บทคัดย่อ) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีแบบแผนการเลือกสถานพักผ่อน 2 รูปแบบ คือ สำรองที่พักล่วงหน้าก่อนเดินทาง และตัดสินใจเลือกที่พักหลังได้พิจารณาสถานที่จริง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ประสงค์จะต้องเห็นสภาพของสถานที่พักก่อนตัดสินใจเข้าพัก ดังนั้นการมีบริการข้อมูลทางเว็บไซต์จะช่วยเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการได้มากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อปัจจัยสำคัญรองลงมาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นเรื่องของการมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก และการมีระบบการจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ (Phillips, 1986: 235 cited in Mill, 2001: 164) คือ การมีทำเลที่ตั้งดีชายหาด ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า สิ่งที่อยู่ประกอบการรีสอร์ทที่พึงคำนึงถึงในการคัดเลือกสถานที่ในการก่อสร้างรีสอร์ทอีกประการหนึ่งนอกเหนือจากการมีทำเลที่ตั้งดีชายหาด คือ คุณลักษณะของชายหาด ทั้งในประเด็นด้านความกว้างของชายหาด และความหนาของพื้นทราย

ความลาดชันของชายหาด รวมไปถึงความหนาแน่นของชายหาด (Baud-Bovy and Lawson 1977: 74 cited in Mill, 2001: 164) เพื่อให้หรือลดประโยชน์ที่ผู้มาใช้บริการได้รับเป็นไปอย่างสมบูรณ์มากที่สุด ซึ่งภาวะดังกล่าวจะช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการรีสอร์ทได้ทางอ้อม

### ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” มีข้อค้นพบดังนี้

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมทุกด้านในระดับมาก ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการรีสอร์ทจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านพบว่า แบบแผนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ที่ยึดติดกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดเดิมตามแนวคิดของ Philip Kotler (ขงยุทธ พงษ์พันธ์ และคณะ, 2547: 17-28) โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคา มาสู่การให้ความสำคัญกับปัจจัยตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการแบบใหม่ของ Morrison (1989: 210) ดังจะเห็นได้จากการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ (4.12) และปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (4.03) ในระดับที่สูงกว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.66) และปัจจัยด้านราคา (3.64) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่ได้สะท้อนให้เห็นสู่ทางการลงทุนในธุรกิจรีสอร์ทที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้งของรีสอร์ทจำเป็นต้องมีทำเลที่ตั้งดีชายหาด ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะช่วยประกันความสำเร็จของโอกาสทางธุรกิจได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักในระดับมาก (4.46) นอกเหนือไปจากการตกแต่งสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ซึ่งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากและเป็นลำดับแรกสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.11) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการพึงให้ความสำคัญในประเด็นของกลยุทธ์ด้านราคา เนื่องจากข้อค้นพบในการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการมากกว่าการมุ่งเน้นไปที่ราคาถูกอย่างในอดีต โดยเป็นปัจจัยที่มีผลในระดับมาก (3.85) ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งปรารถนาจะได้รับการบริการจากพนักงานด้วยความสุภาพและเป็นมิตร เป็นลำดับแรก โดยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักในระดับมากเช่นกัน (4.27)

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการพึงให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจรีสอร์ท คือ การให้บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ เนื่องจากเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (3.87) รวมถึงการจัดหาตัวแทนรับจองห้องพักที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงในระดับมากเช่นกัน (3.63) เนื่องจากการคัดเลือกตัวแทนรับจองห้องพักที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ไม่เพียงแต่จะช่วยให้รีสอร์ทมีตัวแทนที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอ และประสานข้อมูลการเข้าพักให้เป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็วเท่านั้น หากยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่รีสอร์ทเองด้วย ฉะนั้นการคัดเลือกตัวแทนรับจองห้องพักจึงเป็นปัจจัยด้านหุ้นส่วนผู้ให้บริการที่ทางผู้ประกอบการรีสอร์ทไม่อาจละเลยได้เช่นกัน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

เกาะช้างจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีหาดทรายกระจายอยู่ในทุกด้านของเกาะ ทำให้ความหนาแน่นของชายหาดไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณนักท่องเที่ยว ประกอบกับอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาพักผ่อนในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ได้ ดังนั้นการลงทุนธุรกิจรีสอร์ทบนเกาะช้างจึงจัดได้ว่าเป็นโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจอย่างหนึ่ง

ปัจจุบันเกาะช้างมีรีสอร์ทเปิดให้บริการในหลายระดับราคา โดยรีสอร์ทระดับราคาสูงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของที่พักบนเกาะช้าง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นตลาดระดับบนซึ่งพร้อมจะจ่ายค่าบริการในอัตราสูงเพื่อแลกกับการได้รับบริการที่เหนือกว่ารีสอร์ททั่วไป ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ทางผู้ประกอบการรีสอร์ทระดับราคาสูงจำเป็นต้องให้ความสำคัญและศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ วางแผน บริหารจัดการ ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ ซึ่งในเบื้องต้นผู้ศึกษาใคร่เสนอให้แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 ส่วน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านแตกต่างกัน ซึ่งการแบ่งกลุ่มดังกล่าวจะช่วยให้การตอบสนองและนำเสนอบริการต่างๆ เป็นไปได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านราคา ซึ่งการแบ่งกลุ่มตลาดอย่างชัดเจนจะช่วยให้สามารถนำเสนอบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดมากขึ้น นอกจากนี้เมื่อประมวลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้านจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังอย่างมากต่อบริการที่จะได้รับจากรีสอร์ทระดับราคาสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงนำเสนอบริการต่างๆ เท่าที่สามารถทำได้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ

สำหรับบริการที่ผู้ศึกษาเห็นว่า จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี คือ การมีบริการรับ-ส่งจากท่าเรือ หรือสนามบิน ซึ่งในประเด็นของบริการรับ-ส่งจากท่าเรือที่ผู้ประกอบการพึงให้ความสำคัญคือ การกำหนดระยะเวลาการรับ-ส่งให้เหมาะสม ซึ่งพึงยึดความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการจำกัดรอบการรับ-ส่ง อาจจะช่วยลดต้นทุนแการีสอร์ทได้จริง แต่จำนวนรอบการรับ-ส่งที่น้อยเกินไป หรือไม่ตรงกับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการย่อมก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่การจัดแผนการเดินทางไปและกลับของลูกค้าได้เช่นกัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นควรแบ่งรอบการรับ-ส่งออกเป็น 2 รอบ คือ รอบเช้าและบ่าย โดยตรวจสอบช่วงเวลาที่สัมพันธ์กับเที่ยวบินให้ที่ให้บริการ เพื่อที่จะลูกค้าจะได้จัดสรรเวลาในการเดินทางไปกลับได้อย่างเหมาะสม และคุ้มค่า นอกจากนี้ยังเป็นการลดระยะเวลาที่ต้องพัก รออยู่ห้องพักผู้โดยสารในสนามบิน ซึ่งหากเวลาดังกล่าวยาวนานเกินไปย่อมก่อให้เกิดความไม่ประทับใจต่อการเดินทาง อันจะนำไปสู่การหลีกเลี่ยงไม่เดินทางกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

นอกจากนั้น เพื่อให้การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาเห็นว่า การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงพึงอาศัยแนวคิดแผนภาพการรับรู้ของผู้บริโภค (Perceptual Maps) ของ Mill (2001: 244-246) เข้ามาช่วยในการจัดลำดับความสำคัญของบริการที่นำเสนอ เนื่องจากรีสอร์ตเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินทุนสูง การนำเสนอบริการต่างๆ ล้วนแต่มีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนไม่มากนักน้อย ดังนั้นเพื่อควบคุมต้นทุนให้อยู่ในจุดที่เหมาะสม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคัดสรรบริการอย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และเป็นไปอย่างสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ เช่น ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นช่องทางในการให้บริการสำรองที่พัก เป็นต้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้จะช่วยขยายโอกาสให้เกิดการสำรองห้องพักล่วงหน้าให้แก่ลูกค้ากลุ่ม Walk-in เดิมที่ต้องการได้เห็นสภาพห้องพักหรือทำเลที่ตั้งก่อนตัดสินใจเลือกที่พัก นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้อีกยังช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการให้

เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการช่วยหนุนเสริมความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการได้อีกด้วย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระหว่างนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง, นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการแบบซื้อเป็นแพ็คเกจ เพื่อให้การศึกษาเป็นไปอย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นรายด้าน ซึ่งจะ เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงบริการให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved