

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019  
กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี  
Factors influencing the Decision to Use the 5-Star Accommodation  
Service of Thai Tourists Under the Epidemic Situation of the  
Coronavirus Disease 2019 Case Study : Koh Samui, Suratthani Province

บัญญัติา แคนตา<sup>1</sup> พัชรี ทับทิม<sup>2</sup> สินีรัตน์ รสหวาน<sup>3</sup> และ กันตพีร์ ธิरणาน<sup>4</sup>  
Bantita Kaedum Patcharee Tabtim Sineerat Roswan และ Guntapee Thiraganon

Received: 18 April 2022; Revised: 10 May 2022; Accepted: 26 May 2022

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และ ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบบังเอิญจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาทขึ้นไป ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือเพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนกับครอบครัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ครั้งละ 2-3 คืน สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท รู้จักที่พักผ่านเพื่อน ตัดสินใจเข้าพักด้วยตนเอง สาเหตุหลักในการตัดสินใจเข้าพักคือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทาง

<sup>1</sup> นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

<sup>2</sup> นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

<sup>3</sup> อาจารย์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

<sup>4</sup> อาจารย์ สาขาวิชาการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยตาปี

การตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านราคา จากการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักแตกต่างกัน และ ปัจจัยด้าน ผลิตรภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการใช้บริการ, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps), ที่พักระดับ 5 ดาว

### Abstract

The purpose of this research is to study factors influencing the decisions to use the 5-Star accommodation service of Thai tourists under the epidemic situation of the Coronavirus disease 2019, case study of Koh Samui, Suratthani Province by using demographic factors, service user's behavior and satisfaction levels towards the service marketing mix factors (7Ps). The sample was consisted of 400 Thai tourists who stayed at the 5-Star accommodation in Koh Samui, Surat Thani. Questionnaires were used to collect data. The accidental sampling technique was involved. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and inferential statistics.

The research results are most of the respondents were female, aged between 31-40 years old with a bachelor's degree or equivalent. Work as an employee working in a private company with an average salary 15,001 - 35,000 baht. In terms of service behavior, it was found that most of the sample group stayed for more than 2-3 times. Their purpose of staying focused on a family vacation on weekends, 2-3 nights at a time, reserved a room through the hotel booking site. The average room rate per 1-night stay is 5,001-6,000 baht. They knew about the hotel through friends and decided to stay by themselves. The main reason for deciding to stay was social media referrals and expected to use the hotel service again. The study indicated that most of the respondents had the highest satisfaction level of overall opinions towards the service marketing mix affecting staying in the hotel. When individual

aspects were considered, the factor levels were listed in descending order; physical characteristics followed by process and the last one is price.

Under the epidemic situation of the Coronavirus disease 2019, the result of the hypothesis testing showed that the different demographic factors including gender, age, levels of education, occupation and average monthly income of Thai tourists influence the decision of accommodations selection and service marketing mix factors including product/hotel service, price, people, process, and physical characteristics factors affect the decision to select accommodations for Thai tourists visiting the 5-Star accommodation in Koh Samui, Surat Thani with a statistical significance of 0.05.

**Keywords:** service user's behavior, service marketing mix factors (7Ps), 5-Star accommodation

## บทนำ

ธุรกิจที่พักแรมเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ นอกจากธุรกิจที่พักแรมจะสร้างรายได้โดยตรงจากการใช้บริการนักท่องเที่ยวและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติแล้ว ยังส่งผลทางอ้อมในด้านการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมบริการเป็นจำนวนมาก

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอำเภอที่มีลักษณะเป็นหมู่เกาะกลางอ่าวไทยที่มีเกาะเล็กเกาะน้อยต่าง ๆ ที่มีความสวยงามล้อมรอบอยู่มากมายนับร้อยเกาะ จนทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับการขนานนามว่า “เมืองร้อยเกาะ” เกาะสมุยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้นๆ ของเมืองไทยอีกแห่งหนึ่งที่มีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยมีธรรมชาติอันงดงาม เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นที่พักจำนวนมาก การคมนาคมที่สะดวก และมีสนามบินนานาชาติอยู่บนเกาะซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและเติมเต็มให้เกาะแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลไปเยี่ยมเยือนปีละหลายล้านคน (ฐิติกาญจน์ ทวยเจริญ, 2560) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับบน (Niche Market) ที่ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงที่รสนิยมในการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) (รจิต คงหาญ, 2560)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อประชาชนและธุรกิจทั่วโลก รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งเดิมเป็นแหล่งรายได้สำคัญของ

ประเทศ เช่นเดียวกันกับธุรกิจที่พักรวมที่ต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่พักระดับ 5 ดาวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักลดปริมาณลง ที่พักรวมระดับ 5 ดาวหลายแห่งจึงปรับกลยุทธ์ด้วยการเปลี่ยนเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า เพียงช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2565 นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้นจากสถิติโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2564 ถึงร้อยละ 144.33 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับและเพิ่มศักยภาพด้านการบริการให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยระดับบนหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มศักยภาพสูงที่รสนิยมในการท่องเที่ยวแบบหรูหราที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา : อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่พักระดับ 5 ดาว หรือ ธุรกิจที่พักระดับในรูปแบบอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปปรับใช้ในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

### วัตถุประสงค์

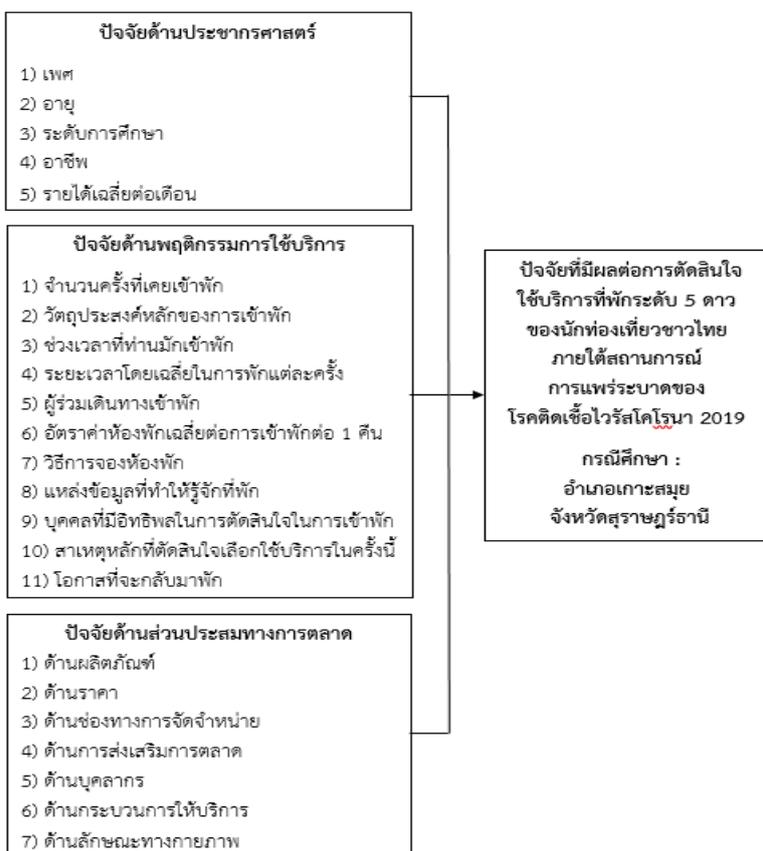
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านพฤติกรรม การใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา: อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 เมษายน 2565 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน นคร เสรีรักษ์ และ ภรณ์ ดีราษฎร์วิเศษ, 2561 หน้า 45) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง และ นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามสูตรของ Cronbach's Alpha จากการทดสอบโดยรวมได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยเข้าพัก วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก ช่วงเวลาที่ท่านมักเข้าพัก ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการพักในแต่ละครั้ง ผู้ร่วมเดินทางเข้าพัก อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก (ต่อ 1 คืน) วิธีการจองห้องพัก แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักที่พัก บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเข้าพัก สาเหตุหลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรุ่นนี้ และ โอกาสที่จะกลับมาพัก

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ของที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และ ด้านกายภาพ (Physical)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุดแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาเก็บรวบรวมค้นคว้าจาก ตำรา เอกสารบทความ วารสารทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติหรือรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ เอกสารเผยแพร่ และ ข้อมูลจาก Website ต่างๆ ของหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ ปัจจัยด้านพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ (7Ps) ของที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ผล ดังนี้

1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่มีความเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-test) และ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

2) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### ผลการวิจัย

##### ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 216 คน คิดร้อยละ 54.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มี การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และมี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

##### ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง จำนวน 174 คน คิดร้อยละ 43.50 วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก คือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน จำนวน 230 คน คิดร้อยละ

57.50 มักเข้าพักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 228 คน คิดร้อยละ 40.00 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าพักในแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คืน จำนวน 244 คน คิดร้อยละ 61.00 ร่วมเดินทางเข้าพักกับครอบครัว จำนวน 160 คน คิดร้อยละ 40.00 อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท จำนวน 126 คน คิดร้อยละ 31.50 สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก จำนวน 224 คน คิดร้อยละ 56.00 รู้จักที่พักร่วมกัน/เพื่อนร่วมงาน/คนรู้จัก จำนวน 128 คน คิดร้อยละ 32.00 ตัดสินใจในการเข้าพักด้วยตนเอง จำนวน 144 คน คิดร้อยละ 36.00 โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักร่วมกันครั้งนี้คือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 158 คน คิดร้อยละ 39.50 และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก จำนวน 392 คน คิดร้อยละ 98.00

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.564) โดยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้ายคือ ด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

**ตาราง 1** แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ปัจจัยการตลาด	รวม (n=400)			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.29	0.649	มากที่สุด	3
2. ด้านราคา (Price)	4.08	0.655	มาก	7
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.69	0.665	มาก	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.75	0.548	มาก	5
5. ด้านบุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee)	4.77	0.409	มากที่สุด	4
6. ด้านกระบวนการ (Process)	4.62	0.505	มากที่สุด	2
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.43	0.518	มากที่สุด	1
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.564</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร ( T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้าน

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 2** แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	T-Test	.015*	ยอมรับ
อายุ	F-Test	.000*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	F-Test	.000*	ยอมรับ
อาชีพ	F-Test	.000*	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-Test	.000*	ยอมรับ

\* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนที่ 5 การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนี้

**ตารางที่ 3** แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยประสมทางการตลาดบริการ	B	SE	$\beta$	t	Sig.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-.061	.081	-.045	-.752	.045*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านราคา	.039	.063	.034	.616	.050*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.110	.083	.087	1.336	.100	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.023	.080	.018	.283	.780	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านบุคลากร	-.056	.089	-.044	-.632	.050*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	-.100	.082	-.073	-1.222	.022*	ยอมรับ
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	.146	.080	.100	1.831	.006*	ยอมรับ

$R = .140$   $R^2 = .200$   $SE = .445$  และ \* หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน มีประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,000 บาท ขึ้นไป ส่วนด้านพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า เคยใช้บริการ 2-3 ครั้ง วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพัก คือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน มักเข้าพักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการพักในแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คืน ร่วมเดินทางเข้าพักกับครอบครัว อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อการเข้าพัก 1 คืน คือ 5,001-6,000 บาท สำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องพัก รู้จักที่พักรับรองเพื่อน ตัดสินใจในการเข้าพักด้วยตนเอง โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรับรองนี้คือคำแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ และ คาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกุล (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า วัตถุประสงค์ในการเข้าพักคือเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล ร่วมเดินทางกับครอบครัว ตัดสินใจเข้าพักด้วยตนเอง และ สำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรนภา ธนโพธิวิรัตน์ (2564) ที่ศึกษา คุณภาพบริการและปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พักรับรองพักผ่อนมาตรฐานการจากวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่พบว่า จุดประสงค์ในการเข้าใช้บริการที่พักรับรองคือเพื่อการท่องเที่ยว/ท่องเที่ยว ในช่วงเวลาวันหยุดราชการ สำรองที่พักรับรองจากเว็บไซต์จองที่พักออนไลน์ และ ตัดสินใจเข้าใช้บริการจากสื่อ Social Media

สำหรับผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกุล (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ที่พิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักแตกต่างกัน และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการที่พัก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขญา อมรกล (2562) ที่ศึกษา พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพัก โรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในการเข้าพักโรงแรมลันตาแซนด์ รีสอร์ทแอนด์สปา ที่แตกต่างกัน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ ค่องสังสอน (2562) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทย ในการเข้าพักโรงแรมห้าดาวริมน้ำย่านบางรัก กรุงเทพฯ ที่พบว่า ข้อมูลประชากรในด้านอาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อตัดสินใจของลูกค้าในการเข้าพัก และ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านบุคลากร มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกโรงแรมห้าดาวของลูกค้าริมแม่น้ำบางรัก กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษารายงาน สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการของที่พักระดับ 5 ดาวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยเรียงลำดับตามความสำคัญเร่งด่วนในการปรับปรุงและการพัฒนาการบริการตามหลักปัจจัยทางการตลาดบริการ ดังนี้

ด้านราคา จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักลดปริมาณลง ดังนั้นที่พักระดับ 5 ดาวหลายแห่งจึงใช้กลยุทธ์ในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการปรับลดอัตราค่าห้องพัก แต่เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการแล้ว พบว่าอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการต่าง ๆ ในที่พักค่อนข้างสูง จึงควรมีการปรับอัตราค่าบริการให้สอดคล้องกับบริบทของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น อัตราค่าบริการซักรีด และ อัตราค่าอาหารและเครื่องดื่มของที่พักให้มีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน นิยมหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา และ สำรองห้องพักผ่านทางออนไลน์ ดังนั้น จึงควรเพิ่มความหลากหลาย

ของช่องทางการจำหน่ายผ่าน Online Travel Agent ให้มากขึ้น เช่น การจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของ Agoda, Expedia, Booking.com และ Hotels.com เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคใช้บริการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันที่นิยมหาข้อมูลและตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโดยจากการพิจารณาคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการรีวิวให้มากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน TripAdvisor, Travel YouTube Channel, Facebook หรือ Instagram ของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencer) และ YouTuber เป็นต้น

ด้านบุคลากร ควรกระตุ้นให้พนักงานกระตือรือร้น ให้บริการอย่างครบถ้วนและถูกต้อง และบางที่พักควรเพิ่มพนักงานบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ และ ควรอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการดูแลแขกผู้สูงอายุหรือผู้พิการ

ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พักควรสร้างความน่าเชื่อถือด้านการป้องกันการแพร่ระบาดให้มากขึ้น เช่น จัดเตรียมเจลล้างมือหรือสเปรย์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อไว้ตามจุดต่างๆ ทั่วที่พัก ดูแลความสะอาดอย่างเข้มงวดในห้องพักและพื้นที่สาธารณะของที่พักพร้อมติดป้ายให้ลูกค้าทราบว่าบริเวณใดบ้างที่การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อแล้ว

ด้านกระบวนการบริการ ควรปรับเงื่อนไขและขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าพักให้สะดวก รวดเร็ว หรือ นำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า นอกจากนี้ จะช่วยลดขั้นตอนในการขั้นตอนการปฏิบัติงานแล้วยังลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากสัมผัสโดยตรง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรเน้นการบรรยากาศเงียบสงบเป็นส่วนตัว บริเวณโดยรอบที่พักรวมถึงการตกแต่งอย่างสวยงาม ร่มรื่น สะอาด เป็นระเบียบ มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในที่พักอย่างลงตัว เช่น บริเวณพักผ่อน ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ บาร์ นอกจากนี้ ควรมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์ปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนแบบส่วนตัวไปพร้อมกับทำงานผ่านระบบออนไลน์

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาในกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการที่พักระดับ 5 ดาว เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมทัศนคติของลูกค้าทุกกลุ่มสัญชาติ

**เอกสารอ้างอิง**

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2565. [https://www.mots.go.th/allcont.php?cid=657&filename=.](https://www.mots.go.th/allcont.php?cid=657&filename=)
- ฐิติกาญจน์ ทวยเจริญ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.me-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/127>.
- พรธนนท์ คล่องสั่งสอน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยในการเข้าพักโรงแรมห้าดาวริมน้ำย่านบางรัก. กรุงเทพฯ: Dusit Thani College Journal, /13(2), 154-166.
- พรนภา ธนโพธิวิรัตน์. (2564). คุณภาพบริการและปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่พักล้างการผ่อนปรนมาตรการจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19. Dusit Thani College Journal, 15(2), 68-79.
- รจิต คงหาญ. (2560). การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบบูรณา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 12(2), 94-104.
- สุชญา อมรกล. (2562). พฤติกรรมที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักโรงแรมลันตาแชนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/586.ru>.