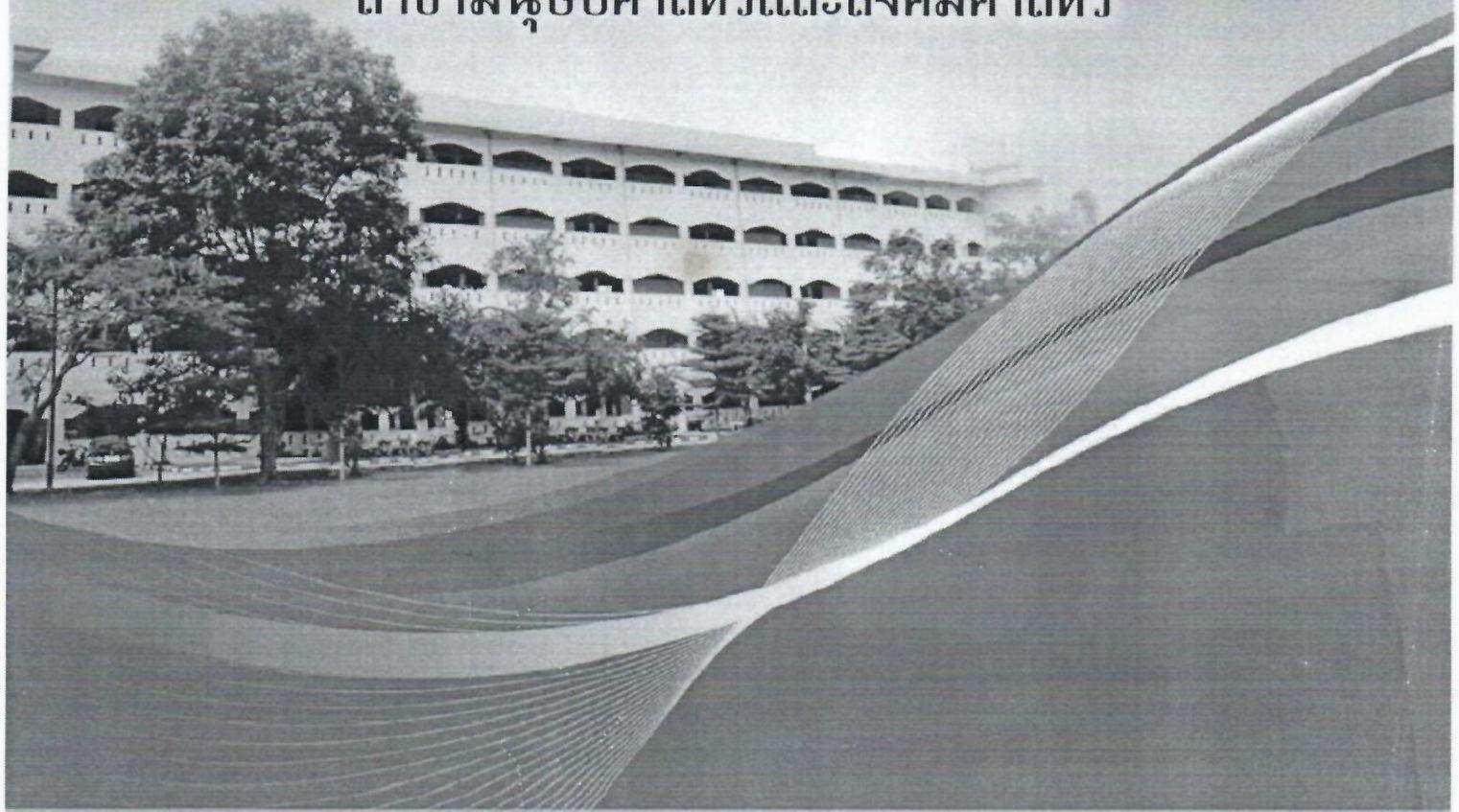




วารสารวิชาการ

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



Journal of Pacific Institute of Management Science
Humanities and Social Sciences

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2562 | Vol. 5 No. 2 July - December 2019

Print ISSN 2586-8462
Online ISSN 2697-4487



วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Pacific Institute of Management Science

(Humanities and Social Sciences)

ISSN: 2586-8462

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2562

Vol.5 No.2 July – December 2019

กำหนดออกภารทุก 2 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ)

จำนวนพิมพ์: 1000 เล่ม

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์นักวิจัยนักวิชาการและนิสิตนักศึกษาตลอดจนผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสนำเสนอผลงานวิชาการและงานวิจัยในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องได้แก่ พระพุทธศาสนาธัณฑศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์เศรษฐศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา

อัตราค่าสมาชิก

สามัญรายปี (ปีละ 2 ฉบับ) 500 บาท

เจ้าของวารสาร

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

รูปแบบการดำเนินการกลั่นกรองบทความ

กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การคัดเลือกบทความและผู้ทรงคุณวุฒิที่พิจารณาล้วนกรองบทความละ 2 ท่านในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ และในการประเมินใช้รูปแบบผู้ประเมินไม่ทราบข้อมูลแต่ละผู้แต่ไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

ดร.เพ็ญศรี บางบอน

กองบรรณาธิการภายในสถาบันสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์

อธิการบดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันธุ์งาม

รองอธิการบดี

อาจารย์ ดร.พากภรณ์ บุสบง

ผู้ช่วยอธิการบดี

อาจารย์ ดร.ธนิติพงศ์ ไชยองค์การ

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ ดร.สุนีย์ ยังสว่าง
อาจารย์ ดร.ปองกพ ลีนวงศ์
อาจารย์ ดร.ทิฎฐิวนิ ศรีมานพ
อาจารย์ ดร.สุวิมล ไชยพันธ์พงษ์
อาจารย์ ดร.รุ่งฤทธิ์ รัตน์ชัยศิลป์

อาจารย์ประจำหลักสูตร (สาขาวิชาการจัดการ)
อาจารย์ประจำหลักสูตร(สาขาวิชาการพัฒนาองค์การ)
อาจารย์ประจำหลักสูตร(สาขาวิชาสังคมศาสตร์)
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.จำนำงค์ อดิวัฒนสิทธิ์
ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สมบัติ กัญจนกิจ
ศาสตราจารย์ ดร.ชิดชนก เนลือสินธารพย์
ศาสตราจารย์ ดร.สมารี สังข์เครื่อง
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาذه ตีเยาว์
รองศาสตราจารย์ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
รองศาสตราจารย์ดร.รัชบุรุษ คุ้มทรัพย์
รองศาสตราจารย์ ดร.อําพล บุศดาสาร
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ วุฒิกร
รองศาสตราจารย์ดร.สุนทร ทาษา^ย
รองศาสตราจารย์ดร.วีเลักษณ์ รัตนเพียรธรรม
รองศาสตราจารย์ดร.เพียงประภา ภัทรานุกรม
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ พัฒนพงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สพจน์ อ่องอาจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สามัคคีธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวียน เจนเข็ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดุลย์ ทานาราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณกร วรากุลรักษ์
อาจารย์ ดร.สุชาติ ค้าทางชล
อาจารย์ ดร.ธนญพงษ์ ศรีเรืองสมบัติ
อาจารย์ ดร.เสาวภาคย์ แผลเมพีชร
อาจารย์ ดร.เกรียง ชิวปรีชา
อาจารย์ ดร.Ping XU
อาจารย์ คุณหญิง ดร.ณัฐนนท ทวีสิน
อาจารย์ ดร.สาริศา เจนเข็ว
อาจารย์ ดร.ศศิรดา แพงไทย
อาจารย์ ดร.ชีวิน อ่อนละอ
อาจารย์ ดร.ธนกิจ ไชยมาดี
อาจารย์ ดร.กันยาเวร์ เมฆิราพันธุ์
อาจารย์ ดร.ภาณุพงศ์ สามารถ
อาจารย์ ดร.สุรี แก้วເເງິຍ
อาจารย์ ดร.สุชาสินี ວິຍາກຣານ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกริก
สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
วิทยาลัยครรชสีมา
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าพระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ติดต่อสำนักงานกองบรรณาธิการวารสาร
222/2 หมู่ 1 ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านด้ำ
อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000
โทรศัพท์ +661(0)54 411288-9
Fax +661(0)54 887093-5

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์วารสาร

www.ipacific.ac.th/journal

จัดพิมพ์โดย

กองคำการพิมพ์
เลขที่ 7/28 ถนนประชุกlong 2
ตำบลเวียง อำเภอเมืองพะเยา¹
จังหวัดพะเยา 56000
โทรศัพท์ : +66 5441 1264

บทความวิชาการและบทความวิจัย ในวารสารฉบับนี้ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนเท่านั้น
ขอสงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำปีบัง

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตตินันท์ วุฒิกร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.รัชพงศ์ คลังกรณ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.ยำพล บุตดาสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.สืบพงศ์ สุขสม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ธนาธารชูโชคิ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวียน เจนเข็ว้า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร ฉายประเสริฐ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณกร วรากุลรักกษ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนกฤต พoitเงิน	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภณา จิรวงศ์นุสรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุดมย์ ทนาาราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พันโท ดร.ตันติกร ทิพย์จุฑา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ ดร.วิญญา กินะเสน	มหาวิทยาลัยมหากุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตสีรินธรราชวิทยาลัย
อาจารย์ ดร.เสนาภาคย์ แหลมเพ็ชร	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.สาริสา เจนเข็ว้า	วิทยาลัยครรภสีมา
อาจารย์ ดร.วัฒนา จินดาวัฒน์	นักวิชาการอิสระ (โรงเรียนพระมหาธาตุมูลนิธิมัธยม)
อาจารย์ ดร.ฉัตรชัย รือหาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
อาจารย์ ดร.สุธี แก้วເເຍ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
อาจารย์ ดร.บัญชา แสงสุวรรณ	นักวิชาการอิสระ
อาจารย์ ดร.สุมนา จันทราก	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
อาจารย์ ดร.พินัย วิจิลสวัสดิ์	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.มงคล มูลพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์ ดร.จิรเนตร เรืองเดช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
อาจารย์ ดร.สุราลินี วิยาภรณ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
อาจารย์ ดร.บำรุง ตั้งส่ง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
อาจารย์ ดร.พัชราวดี ตรีชัย	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.กุลวีณ์ วุฒิกร	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโขสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บริเวณถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร	
: วิชสุดา ร้อยพิลา.....	386
กลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ฟในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี : วิชสุดา ร้อยพิลา.....	393
การเปิดรับสื่อ สาร และทัศนคติของกลุ่มสตรีที่มีต่อการสื่อสารของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร	
: เพชรประกาย บุษดี.....	400
แนวทางการเตรียมต้นฉบับ.....	411

กลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ท ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

The Marketing Mix and Service of Strategy for Business Image
in Suan Phueng Ratchaburi.

วิชสุดา ร้อยพิลา*

Wichsuda Roiphila*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*

Faculty of Liberal Arts Bangkok Thonburi University*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด และการบริการเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ท อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาแนวทางกลยุทธ์การตลาดและการบริการ เพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ท อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และเพื่อศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ถึงเหตุผลที่เลือกใช้ บริการรีสอร์ท อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งกลุ่ม ตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้เทคนิคการสุ่ม แบบบังเอิญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ใน การศึกษาเป็นแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้คือ ค่า ร้อยละ(%) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA) โดยใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง โดยทั่วไปเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาเทียบเท่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาทและ 20,001 - 30,000 บาท เท่ากัน ในการศึกษานักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวใน อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรีในด้านต่างๆ 1. ด้าน ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่พักมีความสะอาดสวยงามต่อ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในสวนผึ้งมี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2. ด้านราคา ที่พักมีความเหมาะสม กับราคาและคุณภาพการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมาก ที่สุด 3. ด้านช่องทางการจัดทำหน่วย มีการให้บริการ สำรองที่พักผ่านทางอินเตอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4. ด้านส่งเสริมการตลาด มีการให้ส่วนลดพิเศษ สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งโลว์ซิชั่นมีค่าเฉลี่ย มากที่สุด 5. ด้านบุคลากร พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ ที่ดีในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และ เป็นกันเองกับผู้เข้าพักมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 6. ด้าน ลักษณะนำเสนองานการกายภาพ ที่พักมีพื้นที่กว้าง ขวางเพียงพอต่อการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และ 7. ด้านกระบวนการพนักงานมีการต้อนรับและ ทักทายผู้มาใช้บริการอย่างมิตรไมตรีมีค่าเฉลี่ยมาก ที่สุด

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดและการบริการ; ธุรกิจรีสอร์ทในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

Abstract

This research was study The Marketing Mix and Service of Strategy for Business Image in Suan Phueng Ratchaburi. Aims to study the strategies marketing and services for the image of resort business Suan Phueng Ratchaburi and to study Thai tourists who

come to Suan Phueng Why choose resort Suan Phueng Ratchaburi. The samples were Thai tourists travelling to Suan Phueng Ratchaburi using 400 Specific Random Techniques. The instruments used in this study were a questionnaire. The statistics used were Percentage, arithmetic mean, standard deviation and One Way ANOVA.

The research found that Most of the samples were mostly female, aged 26 to 35 years. At the Bachelor degree income 10,000-20,000 bath. Thai tourists travelling to Suan Phueng Ratchaburi Various aspects 1. Product Accommodation is comfortable to travelling to Suan Phueng Ratchaburi have the highest average. 2. Price Accommodation is appropriate for price and service quality have the highest average. 3. Place Booking Service through the internet have the highest average. 4. Promotion Discount for customer the low season have the highest average. 5. People have a good relationship and communication with customers effective have the highest average. 6. Physical Evidence Accommodation is wide enough to use the service have the highest average. 7. Process welcoming and greeting the guests have the highest average.

Keywords: Marketing Mix and Service of Strategy, Resort Suan Phueng

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่เป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น

สามารถทำให้ประเทศมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และเป็นที่ดึงดูดให้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลับมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าหลัก ในประเทศไทยในช่วงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาถือว่าเป็นพลังขับเคลื่อนที่มีบทบาทสำคัญเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง มากมายเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับประชาชนและประเทศชาติ (พรประภา ไชยอนุกูล, 2557)

สำหรับการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตขยายตัวไปอย่างรวดเร็วทั่วทุกที่ทั่วโลก โดยมีระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคอมนาคมขนส่ง การบริการอำนวยความสะดวก เช่น อุปกรณ์ที่จำเป็น การบริการอาหาร การบริการสถานที่พักแรม การบริการติดต่อการร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการบันเทิง และระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ซึ่งก่อให้เกิดความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว (พีรวัส สุวรรณประภาและคณะ, 2558) จะเห็นได้ว่าเมื่อมีการท่องเที่ยวสิ่งที่ขาดไม่ได้คือธุรกิจที่พัก โดยผลสำรวจพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปนักท่องเที่ยวมีความต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงการบริการที่เป็นกันเอง ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเข้าพักโรงแรมประเภทบูติก ในรูปแบบของโรงแรมขนาดเล็ก (ธนาภา พรประทานเวช, 2558)

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคกลางด้านทิศตะวันตกที่มีภูมิประเทศหลากหลาย เป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมคุ้มครอง

และสายหมอกแห่งชุมชนเขตนาวศรี มีความเป็นมาอันยาวนานและประกอบไปด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ ราชบูรีในปัจจุบันจึงเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลาย ที่ผสมผสานและอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืนและลงตัว อีกทั้งยังมีสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจมากมาย อาทิเช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรมต่างๆ เช่น เครื่องปั้น เครื่องหล่อ เครื่องหอถัก เครื่องจักรสาร และยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม (พีรวัส สุวรรณประภา และคณะ, 2558) โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวของอำเภอสวนผึ้ง ที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว อำเภอสวนผึ้ง เป็นอำเภอที่มีสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักทางธรรมชาติมากมาย และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะมีสถานที่ดังที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งสวนผึ้งยังได้ขึ้นชื่อว่าเป็น “ราชินีแห่งดินแดนตะวันตก” มีชายแดนติดต่อกับประเทศไทย โดยมีเทือกเขาตะนาวศรีกั้นระหว่างประเทศไทย (พีรวัส สุวรรณประภา ไชยอนุกูล, 2557) สำหรับอำเภอสวนผึ้งถือได้ว่ามีการเจริญเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน ร้านค้า ร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ร้านขายของที่ระลึก และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม (ปิรันธ์ ชินโขติ, ธีรรัตน์ จันทึก, 2559) ในปัจจุบันนั้นจะเห็นได้ว่ามีธุรกิจที่พักเปิดให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะรีสอร์ฟ ที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงามมีทั้งแบบธรรมชาติ และทันสมัยผสมผสานแบบตะวันตก (พีรวัส สุวรรณประภา ไชยอนุกูล, 2557)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางกลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ฟในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้เกิดการพัฒนาและ

ปรับปรุงสำหรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการ เพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ รีสอร์ฟ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี

2. เพื่อศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ถึงเหตุผลที่เลือกใช้บริการรีสอร์ฟอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี

ขอบเขตของปัญหา

การศึกษาเรื่องแนวแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการ เพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ รีสอร์ฟ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาเฉพาะประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเลือกเข้า พักรีสอร์ฟในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้นนี้มุ่งศึกษาแนวแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการ เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ฟ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี เพื่อตั้งคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาใช้บริการในรีสอร์ฟ ใช้พิจารณา 7 ด้าน คือ ส่วนผสมทางการตลาดในธุรกิจบริการ (7P's)

2. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือนสิงหาคม- กันยายน พ.ศ. 2561

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักอาศัยอยู่ที่รีสอร์ฟใน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี จำนวนรีสอร์ฟและที่พักมีมากกว่า 30 แห่ง ทั่วอำเภอสวนผึ้ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เพื่อภาพลักษณ์ของรีสอร์ท ทั้งด้านสินค้าและบริการ ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายของรีสอร์ท ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรรีสอร์ท ด้านบรรยากาศภายในของรีสอร์ท ด้านกระบวนการการทำงานของรีสอร์ท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2561 โดยการสุ่มแบบแบ่งอิฐุ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตอนที่ 1 เป็นคำถามส่วนบุคคลซึ่งจะมีเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัด

ราชบุรีโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. ในการศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การศึกษาภาคสนาม (Field Research) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีทั้งแบบสอบถามภาคปลายปิดและแบบสอบถามภาคปลายเปิด

3. การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ บทความทางวิชาการ รายงาน แนวความคิด ทฤษฎี วิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรับปรุงและตัดแปลงเพื่อสร้างกรอบแนวความคิดการศึกษา

4. วิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องลงรหัสและนำข้อมูลมาลงเครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางสถิติ ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ค่าร้อยละ(%) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวิเคราะห์ตัวอย่างและปัจจัยข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างและปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาภาพลักษณ์ของรีสอร์ทในสวนผึ้ง

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุमาน

(Inferential Statistics) คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาและปรับปรุงแหล่งที่พักรีสอร์ทอำเภอสวนผึ้ง โดยวิเคราะห์ข้อมูลเบรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-Test) วิเคราะห์ข้อมูลเบรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อคุ้ว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัยอภิรายผล

จากการศึกษา การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงสอดคล้องกับนัตรประชาร อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ฟในเกาะสมุยและเกาะพังัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษา เที่ยบเท่าปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาทและ 20,001- 30,000 บาท กลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อภาพลักษณ์ของธุรกิจรีสอร์ฟ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบูรี พบว่า

1. ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือก ในระดับมากโดยด้านสินค้าและบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ ที่พักมี ความสะอาดง่ายต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในสวนผึ้ง สอดคล้องกับ สุชล บ้านนบ (2552) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับที่พักโรงแรมนี้ศึกษา

อ่าวตันไทร จังหวัดกระบี่ ก่อตัวโดยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของแต่ละปัจจัย ในด้าน ต่างๆ

2. ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกในระดับมาก โดยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ มีที่พักมีความเหมาะสมกับราคา และคุณภาพการให้บริการ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจ เลือกในระดับปานกลางโดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ สูงสุด คือ มีการให้บริการสำรองที่พักผ่านทางอินเตอร์เน็ต

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกในระดับปานกลางโดยด้านส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ มีการให้ส่วนลดพิเศษหารับลูกค้าที่มาใช้บริการช่วงโลว์ซีซั่น สอดคล้องกับ ชไมพร สมปันดา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษาโรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ฟ แอนด์ สปา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการ

5. ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกในระดับมากโดยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ พนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นกันเองกับผู้เข้าพัก

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกในระดับมากโดยด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ ที่พักมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อการใช้บริการ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบร่วม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกในระดับมากโดยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุด คือ พนักงานมีการต้อนรับและทักษะผู้มาใช้บริการอย่างมิตรไมตรี

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการอื่นเสริม นอกจากใช้แบบสอบถามอย่าง

เดียว เช่น ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งอาจจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและได้รายละเอียดมากกว่า

2. ควรศึกษาเพื่อหาความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงในการใช้บริการที่พัก เพื่อเพิ่มกิจกรรมต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลให้สามารถเพิ่มระยะเวลาการเข้าพักของผู้ใช้บริการได้ เพื่อที่จะสามารถนำผลที่ได้มาใช้กระตุ้นหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

กรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. สืบคันกรรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. <http://www.mots.go.th/main.php?filename=index> สืบคันเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2560

ฉัตรปารี อุยร์เย็น และ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวใน การเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพันัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

ชไมพร สมปันดา. 2551. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม : กรณีศึกษา โรงแรมเจดับบลิว แมริออท ภูเก็ต รีสอร์ท แอนด์ สปา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการอาหารและ เครื่องดื่ม. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ ภูเก็ต.

ปรัณร์ ขินโ卓ติ, ธีรวัฒน์ จันทึก. 2559. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ส่วนผู้ดี. Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย. ได้จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/52759/43803> สืบคันเมื่อ 22 ธันวาคม 2561

พรประภา ไชยอนุญาต. 2557. คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

พีรวัส สุวรรณประภาและคณะ. 2558. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน - ธันวาคม 2558 ได้ จาก <https://tci-haijo.org/index.php/JIE/article/download/122407/93162/> สืบคันเมื่อ 22 ธันวาคม 2561

ธนาภา พรประทานเวช.2558, แนวทางการพัฒนาโรงเรียนขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม:กรณีศึกษาการปรับปรุงตีกแควในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี, วิทยานิพนธ์
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ทิพยรัตน์ คงสุนทรกิจกุล.2552. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยนเรศวร

สุชล บ้านนบ. 2552. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับที่พักแรมกรณีศึกษา
อ่าวดันไทร จังหวัดกระเปี้ย. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต