

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการจากการ เข้าใช้บริการ ฮาเวน รีสอร์ท อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวจันทนา บำรุงศิลป์ นางสาวรัตนา เกลิงพล
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร
ปีการศึกษา	2551
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อุษณีย์ เสวกวัชรีย์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทาง
การตลาดบริการจากการใช้บริการ ฮาเวน รีสอร์ท หัวหิน ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาว
ไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (2) ศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อระดับความ
พึงพอใจทางด้านส่วนประสมการตลาดบริการจากการใช้บริการ ฮาเวน รีสอร์ท ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่
เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (3) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อ
ระดับความพึงพอใจทางด้านส่วนประสมการตลาดบริการจากการใช้บริการ ฮาเวน รีสอร์ท ศึกษาในกลุ่ม
ตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่เน้น
ข้อมูลเชิงตัวเลขเพื่อการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการที่
ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการจากการใช้บริการ ฮาเวน รีสอร์ท เพื่อให้
ได้มาซึ่งการเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้
แบบสอบถาม (Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวม
ข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน 2552 กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 208 คน
แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 124 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 84 คน ซึ่ง
หลังจากได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วคณะผู้วิจัยได้มีการนำเอาเครื่องมือ 4 เครื่องมือมาทำการ
วิเคราะห์คือ (1) Frequency Distribution (2) t-test (3) One Way Anova และ (4) Least Significant
Difference (LSD) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์สมมติฐานที่ได้วางไว้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจด้าน ส่วนประสมการตลาดบริการ ของ ฮาเว่น รีสอร์ท ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในระดับพึงพอใจมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ โดยส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นด้านส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ด้านห้องพักและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านพนักงานให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และลำดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้งหมดในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านห้องพักและบริการสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เท่ากัน ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ด้านพนักงานให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ของ ฮาเว่น รีสอร์ท ทั้งหมดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นมีความแตกต่างกันเองภายในสัญชาติในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวไทย จากการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ในส่วนที่พิจารณาจำนวนแขกเข้าพักที่แตกต่างกัน โดยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวไทย จำนวนแขกเข้าพักที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของ ฮาเว่น รีสอร์ท ที่แตกต่างกันใน เมื่อทดสอบ LSD พบว่า คู่ที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ จำนวนแขกที่เดินทางมาพัก 1 คน กับ 2 คน และจำนวนแขกที่เดินทางมาพัก 1 คน กับมากกว่า 2 คน