

หัวข้อสารนิพนธ์	การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด
ชื่อผู้เขียน	นางยุพร ฐิติพิทยา
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดของโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด สมมติฐานในการวิจัย ได้แก่ 1) การสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด 2) การสื่อสารการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด 3) การสื่อสารการตลาดด้านพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด และ 4) การสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ได้พบเห็นการสื่อสารการตลาดของโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ทางด้านการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านภาพลักษณ์องค์กร พนักงานขายมีบทบาทในการให้ข้อมูลด้านราคาเหมาะสม และมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายโดยการใช้คูโปงส่วนลด มีทัศนคติต่อการมาใช้บริการโรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงาน รองลงมาได้แก่ด้านสระว่ายน้ำ ส่วนทัศนคติในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านห้องพัก ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า การสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณา ไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ในทุกด้าน

การสื่อสารการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ด้านสถานที่ ด้านห้องพัก และด้านสระว่ายน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

การสื่อสารการตลาดด้านการขายโดยพนักงานขาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ด้านสถานที่ ด้านห้องพัก ด้านห้องอาหาร และด้านการบริการของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

การสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ด้านห้องพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ควรเน้นการโฆษณาผ่านเคเบิลทีวี หรือใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำรายการ ละคร ภาพยนตร์ ทางโรงแรมควรทำการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมที่หลากหลายมากขึ้น พนักงานขายควรนำเสนอด้านราคาที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และเน้นย้ำข้อมูลด้านการเดินทางที่สะดวกแก่นักท่องเที่ยว สำหรับการส่งเสริมการขาย โรงแรมอาจเพิ่มมูลค่าของอุปกรณ์ส่วนลดให้มีความหลากหลายและคุ้มค่าเพื่อเพิ่มยอดขายในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ทางโรงแรมอาจเพิ่มรางวัลที่กำลังเป็นที่สนใจหรือได้รับความนิยมนอยู่ในขณะนั้น

สำหรับด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการของ โรงแรมสยามบีชรีสอร์ท อำเภอกะชัง จังหวัดตราด ควรรักษาระดับการให้บริการของพนักงานเหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคลื่นลมค่อนข้างแรง ควรติดตั้งทุ่นบอกระยะความปลอดภัยและจัดเจ้าหน้าที่เฝ้าระวังเพิ่มเติม