

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโคโคไนท์ บีช รีสอร์ทท เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ผู้ศึกษาค้นคว้า	พรพรช บุญยะประภัสร์
ที่ปรึกษา	ดร. สันติธร ภูริภักดี
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2553
คำสำคัญ	ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมการตัดสินใจ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการจากการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการโคโคไนท์ บีช รีสอร์ท ส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรป เป็นเพศชายที่สถานภาพสมรสยังโสด และทำธุรกิจส่วนตัว / ค่าขาย ซึ่งมีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวถึงร้อยละ 80.0 ซึ่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโคโคไนท์ บีช รีสอร์ท จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ของสายการบิน ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านราคาซึ่งเท่ากับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำในที่พัก และที่ตั้งของรีสอร์ทใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่วางแผนในการเดินทางไปมากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก

จากการศึกษายังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลคือเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ทวีปที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโคโคไนท์ บีช รีสอร์ทแตกต่างกัน โดยทุกปัจจัยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาที่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านอาชีพ ที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน 2 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (4 P) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทาง