

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกพักบูติก รีสอร์ท ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	อภิชาติ สีสุกใส
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ธีรลักษณ์ สัจจะวาที
วันที่อนุมัติผลงาน	กันยายน 2556
จำนวนหน้า	64
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบูติก รีสอร์ท ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอ แมริม จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการใช้บริการบูติก รีสอร์ท และศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกพักบูติก รีสอร์ท ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มประชากร คือผู้ใช้บริการของบูติก รีสอร์ท ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ โควตา (Quota Sampling) จำนวน 250 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท และอาศัยอยู่ในภาคเหนือ

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการบูติก รีสอร์ทพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การใช้บริการจากการเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อน เหตุผลในการใช้บริการคือ รีสอร์ทที่มีทำเลและสถานที่ตั้งเหมาะสม บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือ ครอบครัวญาติพี่น้อง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการคือเสาร์อาทิตย์ ช่องทางในการเลือกใช้บริการคือ การติดต่อผ่านโทรศัพท์ และพบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับกระบวนการตัดสินใจใช้

บริการโดยที่ ผู้ใช้บริการมีความต้องการเป็นพิเศษ ผู้ใช้บริการศึกษาข้อมูลมาก่อน ผู้ใช้บริการวางแผนก่อนการใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการ ผู้ใช้บริการการเกิดความประทับใจทำให้มาใช้บริการซ้ำ ผู้ใช้บริการมีการแนะนำให้ผู้อื่น และผู้ใช้บริการมีการเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมก่อนการใช้บริการ

ผลการศึกษาด้านระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการเลือกพักในบูติก รีสอร์ท ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ห้องพัก ปัจจัยด้านราคาห้องพัก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายห้องพัก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดห้องพัก ปัจจัยด้านบุคลากรห้องพัก ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพห้องพัก และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการห้องพัก ผลการศึกษาพบว่าโดยส่วนใหญ่เกือบทุกปัจจัยผู้ให้บริการให้ความสำคัญระดับมาก

ผลการศึกษาด้านระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการใช้บริการห้องอาหาร ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ห้องอาหาร ผู้ใช้บริการที่บริโภคอาหารตามเมนูพบว่า มีจำนวน 222 คน จากผู้ให้บริการห้องอาหาร 235 คน คิดเป็นร้อยละ 94.46 ของผู้ให้บริการห้องอาหาร ปัจจัยด้านราคาห้องอาหาร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายห้องอาหาร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรห้องอาหาร ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพห้องอาหาร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการห้องอาหาร ผลการศึกษาพบว่าโดยส่วนใหญ่เกือบทุกปัจจัยผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการห้องพัก ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of variance : ANOVA) พบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการห้องอาหาร ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of variance : ANOVA) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญต่อยังปัจจัย ด้านราคาห้องอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดห้องอาหาร ด้านบุคลากรห้องอาหาร และด้านกระบวนการห้องอาหารมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ