

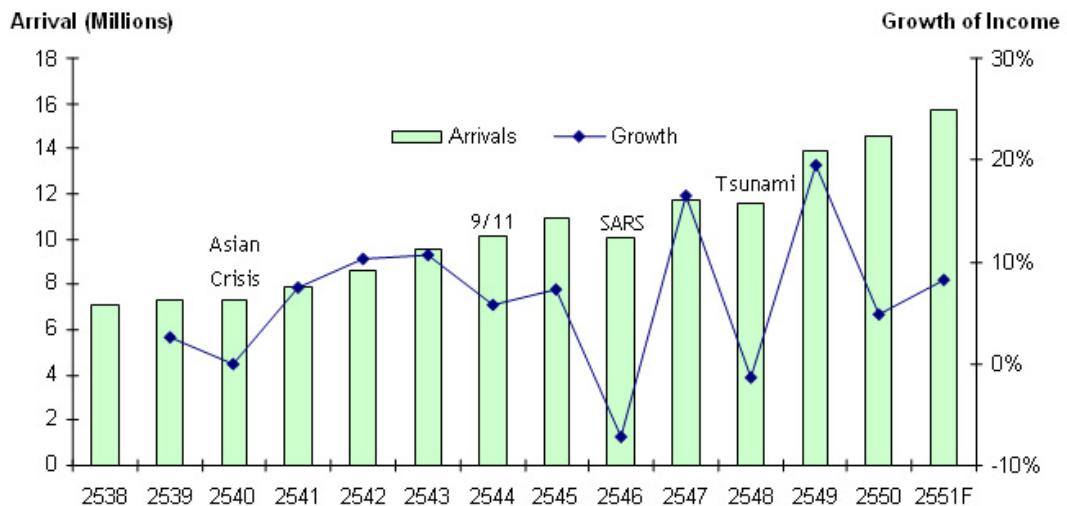
บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี 2550 ทำรายได้จำนวน 547,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 13.5% นอกจากนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายสาขา

ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทย 14.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.6 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2551 ไว้ที่ 15.7 ล้านคน คาดว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ เสถียรภาพทางการเมืองหลังการเลือกตั้ง และความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค



ภาพ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยและอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2538-2551

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552

กระบี่ เมืองชายทะเลในฝันงดงามด้วยหาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการังสวย ถ้ำโตรก
ชะงอกผา และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 100 เกาะ รวมกันเป็นมนต์เสน่ห์ที่สร้างความประทับใจให้แก่
นักท่องเที่ยวที่มาเยือน กระบี่ เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 814
กิโลเมตร มีเนื้อที่ 4,708 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยภูเขา ที่ดอน ที่ราบ หมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า
130 เกาะ อุดมไปด้วยป่าชายเลน ตัวเมือง กระบี่ มีแม่น้ำยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ไหลผ่านลงสู่
ทะเลอันดามันที่ตำบลปากน้ำ นอกจากนี้ ยังมีคลองปกาสัย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย
มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาที่สูงที่สุดในจังหวัดกระบี่ คือ เทือกเขาพนมเบญจา

ตาราง 1 แสดงสถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ ของปี 2007

ผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่			
ประเภท	มกราคม-ธันวาคม		
	2007	2006	Δ
ผู้มาเยือน	2,126,107	1,732,951	+ 22.69
ชาวไทย	936,782	792,421	+ 18.22
ชาวต่างชาติ	1,189,325	940,530	+ 26.45
นักท่องเที่ยว	1,896,326	1,524,775	+ 24.37
ชาวไทย	790,120	663,346	+ 19.11
ชาวต่างชาติ	1,106,206	861,429	+ 28.42
ผู้มาเยือนเพื่อกิจอันใดอันหนึ่ง	229,781	208,176	+ 10.38
ชาวไทย	146,662	129,075	+ 13.63
ชาวต่างชาติ	83,119	79,101	+ 5.08
ระยะเวลาที่พักเฉลี่ย (วัน)	4.03	4.00	-
ชาวไทย	2.89	2.98	-
ชาวต่างชาติ	4.84	4.78	-
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)			
ผู้มาเยือน	3,144.52	3,146.02	- 0.05
ชาวไทย	2,501.77	2,438.15	+ 2.61
ชาวต่างชาติ	3,432.00	3,501.83	- 1.99

ตาราง 1 (ต่อ)

ผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกระบี่			
ประเภท	มกราคม-ธันวาคม		
	2007	2006	Δ
นักท่องเที่ยว	3,184.28	3,194.84	- 0.33
ชาวไทย	2,557.21	2,491.23	+ 2.65
ชาวต่างชาติ	3,451.91	3,533.24	- 2.30
ผู้มาเยือนเพื่อกิจอันใดอันหนึ่ง	1,823.81	1,717.49	+ 6.19
ชาวไทย	1,638.67	1,624.48	+ 0.87
ชาวต่างชาติ	2,150.52	1,869.25	+ 15.05
รายได้ (ล้านบาท)			
ผู้มาเยือน	24,728.93	19,819.30	+ 24.77
ชาวไทย	6,079.98	5,137.95	+ 18.33
ชาวต่างชาติ	18,648.95	14,681.35	+ 27.02
สถานที่พักแรม			
สถานประกอบการ	351	306	+ 14.71
จำนวนห้องพัก	12,442	10,962	+ 13.50
อัตราการเข้าพัก (%)	57.80	52.24	+ 5.56
ระยะเวลาที่พักเฉลี่ย (วัน)	3.19	3.21	- 0.02
จำนวนแขกเข้าพัก	1,604,385	1,254,071	+ 27.93
ชาวไทย	584,800	480,456	+ 21.72
ชาวต่างชาติ	1,019,585	773,615	+ 31.79

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จ.ภูเก็ต, 2550

จากตารางสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ของปี 2007 จะเห็นได้ว่า มีผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดกระบี่มากถึง 2,126,107 คน ซึ่งเพิ่มจากปีที่แล้วถึง 22.69% และสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเพื่อกิจอันใดอันหนึ่ง จากสถิตินักท่องเที่ยวปี 2007 ของจังหวัด

กระบี่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 371,551 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 24.37% และผู้ที่มาเพื่อกิจอันใดอันหนึ่ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 21,605 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10.38%

ธุรกิจอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างมากประเภทหนึ่ง คือ ธุรกิจสถานที่พัก ซึ่งอยู่บริเวณ ต.ท่าเลน อ.เมือง จังหวัดกระบี่ อ่าวท่าเลน มีเกาะเล็กๆ มากมายอยู่ในเขตอำเภอเมืองกระบี่ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่สำคัญไปจนถึงเขตอำเภออ่าวลึก เช่น เกาะเหลาปี เล๊ะ (เกาะหัก) เกาะเหลากา เกาะเหลาเหวี่ยง เกาะเหลาลาดิง เกาะปากกะ เกาะสะยา(กายา) เกาะผักเบี้ย เกาะล่าดิง สถานที่พักที่เป็นของเอกชน ซึ่งในปัจจุบันที่พักของเอกชนนี้ได้มีการขยายตัวที่สูง มีผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนี้จำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการมีทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการต่างกันไป โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมาในการตัดสินใจอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เช่น สถานที่พัก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนามากขึ้นให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามุ่งพัฒนาหาสิ่ง ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การบริการ (Service) ของสถานประกอบการจะต้องได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ คือ มีความปลอดภัย ความสะอาดสวยงาม มีความเป็นมิตร ราคา (Price) ที่พักในการใช้ จะต้องมีการกำหนดราคาให้ถูกต้องเหมาะสม บรรยากาศหรือสถานที่ตั้ง (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลนทั้งสิ้น

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างหรือออกแบบที่พักใหม่ การปรับปรุงสถานที่พัก การให้บริการ ราคา บรรยากาศภายใน รวมถึงกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดแสวงหาลูกค้ารายใหม่และรักษาหรือกระตุ้นการซื้อซ้ำของลูกค้าเก่า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน จังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวในประเด็น ดังต่อไปนี้
 - ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน

- ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน
- ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน
- ศึกษาความคิดเห็น (Opinion) ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน

สมมติฐานของการวิจัย

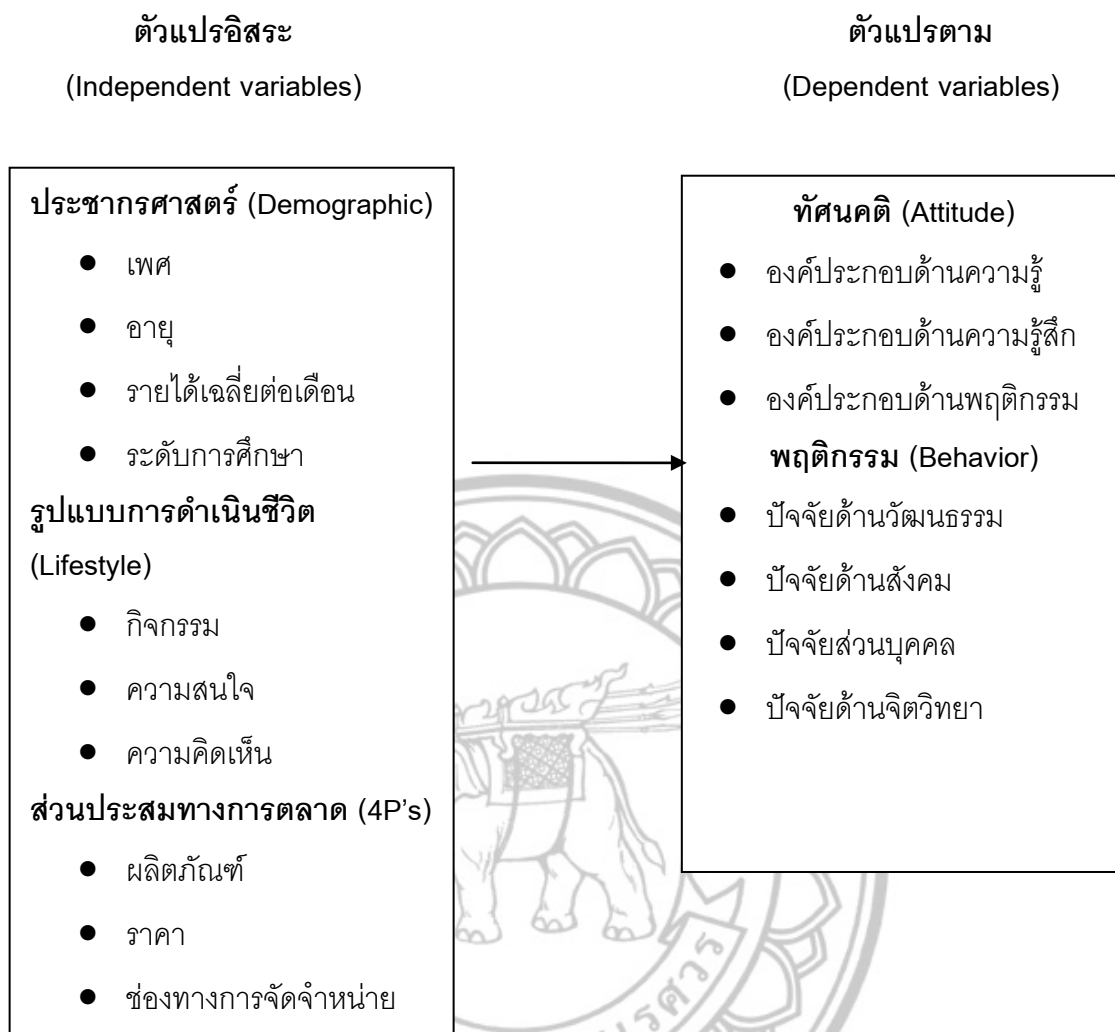
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในบริเวณอ่าวท่าเลน จ.กระบี่ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว บริเวณอ่าวท่าเลน จ.กระบี่

สมมติฐานที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ ของส่วนผสมทางการตลาด กับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว บริเวณอ่าวท่าเลน จ.กระบี่

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัยที่ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน จังหวัดกระบี่ โดยเน้นเนื้อหาด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน ในเชิงปริมาณ และได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการที่พักแรม เพื่อให้การทำวิจัยนี้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น



ภาพ 2 แสดงกรอบแนวคิด

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง คนที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวบริเวณอ่าวท่าเลนและมีการค้างแรม
 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่เคยและไม่เคยเข้าพักในบริเวณอ่าวท่าเลน
 การกลับมาเข้าพัก การตกลงใจ เพื่อการพักผ่อนหรือบันเทิง การประชุมสัมมนาหรือประกอบ
 กิจกรรมต่างๆ โดยไม่ทำให้ธรรมชาติเสื่อมโทรม และมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเพิ่มรายได้ให้แก่
 คนในท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวพักแรมนี้อาจแปรเปลี่ยนไปตามลำดับขั้น ได้แก่ ความถี่ในการ
 เดินทางว่าเดินทางบ่อยแค่ไหน เดินทางกับใคร ด้วยพาหนะใด วัตถุประสงค์ในการเดินทาง อำนาจ
 ในการตัดสินใจในการเลือกที่พัก การหาข้อมูล ระยะเวลาในการพัก

ผู้มีงานทำ หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยได้รับค่าจ้าง เงินเดือน ผลกำไร เงินปันผล ค่าตอบแทน ที่มีลักษณะอย่างอื่นสำหรับผลงานที่เป็นเงินสดหรือสิ่งของ

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แบบแผนการใช้ชีวิต อันเป็นผลมาจากหลายปัจจัย หลายๆ อย่างประกอบกัน แสดงออกมาในรูปของบุคลิกภาพ ซึ่งแต่ละคนถูกหล่อหลอมให้มี ลักษณะแตกต่างกันไป (สุปัญญา ไชยชาญ, 2540, หน้า 128)

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น อารมณ์และความรู้สึกที่มาประกอบกัน เป็นแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อการเลือกเข้าพักในสถานที่พักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน

ค่าใช้จ่าย หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายทั้งหมด ในเรื่องของโรงแรมที่พัก บริเวณอ่าวท่าเลน

ความถี่ในการเข้าพัก หมายถึง จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวพักแรมบริเวณอ่าวท่าเลน ภายใน 5 ปี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจและสถานที่พักแรมประสบผลสำเร็จ
2. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้บริการ
3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นำไปใช้ในการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มลูกค้า