

ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

Attitudes Towards Marketing Mix Factors On Satisfaction And Behavior Of Foreign Tourists In Phuket

เกียรติภูมิ กลีบกลาง*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาความพึงพอใจ พฤติกรรม ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

จากการดำเนินการวิจัยมีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย คือ ทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรตามกรอบแนวคิดของ Kotler (2003)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยว ยังมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในระดับน้อย

ดังนั้น จะต้องส่งเสริมให้เกิดการรณรงค์เกี่ยวกับการไม่เอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการตรวจสอบถึงปัญหา และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว อันจะส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติ, องค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

Abstract

The objectives of this study were aimed to study the attitudes towards marketing mix Factors on the satisfaction and behavior patterns of foreign tourists in Phuket and also to evaluate the participation of the people who are concerned in what affects the promotion of a positive image of traveling in Phuket. The variables of the research were Attitude, Satisfaction and

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Behavior of Foreign Tourists and the variables followed the conceptual framework of Kotler (2003).

The research results showed that the attitude of foreign tourists that influence the satisfaction of foreign tourists who are travelling in Phuket had the Statistical Significance of 0.05. The entrepreneurs and the participation of the people who are concerned about what affects the need to improve and promote the image of traveling in Phuket towards the foreign tourists were at a low level.

Therefore, the solution should be before the tourist industry to support travelers in Phuket to avoid any exploitation of the foreign tourists. These can include checking the details of the problem that occurs and aiming to resolve any problem in the system. The result will be the good image towards the foreign tourists traveling in Phuket in the future.

Keywords: The Attitude of Foreign Tourist, the Marketing Mix of Travel in Phuket

บทนำ

ประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญต่อการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเมื่อพิจารณาจากปริมาณเม็ดเงินที่ได้รับในหลายปีที่ผ่านมา ปรากฏว่า ผลประกอบการที่ประเทศไทยได้รับส่วนใหญ่มาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557:ออนไลน์) และมีความสอดคล้องกับการศึกษาของกระทรวง

การท่องเที่ยวและกีฬา (2556) พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยนั้น ในปีพ.ศ. 2555 ประเทศไทยถือได้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก โดยจากการจัดอันดับของการบินที่กจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งทำให้หลายหน่วยงานได้รับทราบ ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 22.3 ล้านคน ซึ่งหากพิจารณาจากปี พ.ศ. 2554 นั้น เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 16 อันเกิดจากสาเหตุที่สำคัญ คือ (1) สาเหตุจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ (2) การที่ค่าเงินบาทภายในประเทศ มีอัตราแลกเปลี่ยนที่ค่อนข้างต่ำ จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น (3) และรูปแบบการเดินทางของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพในการขนส่ง เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556:1-12)

จากการศึกษาดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556:4) ที่พบว่า ในการพิจารณาถึงสัญชาติต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด และมีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพิ่มขึ้นถึงในปีพ.ศ. 2555 คิดเป็นร้อยละ 60 – 70

นอกจากนี้ในปีพ.ศ. 2558 ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งที่จะมีการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กับสมาชิกต่างๆ ในประเทศเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีก 9 ประเทศ ซึ่งหนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์ (2557) ได้มีการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับการศึกษาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คือ การที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาใช้บริการและเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น จะส่งผล

ทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ต่างๆ ในหลายๆ ด้านเช่น ด้านการจ้างงาน หรือด้านของการขายสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น และจากนี้ จากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2557:14) จะพบว่าปัจจุบันรัฐบาลของประเทศไทยนั้น ได้มีการส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข โดยรัฐบาลฯ จึงมีนโยบายในการบริหารเทศ โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนา คือ (1) การเร่งรัดการส่งออกให้ขยายตัวเต็มศักยภาพ โดยเพิ่มรายได้จากตลาดหลัก ตลาดใหม่ และการค้าชายแดน และภูมิภาค (2) การฟื้นฟูภาคท่องเที่ยว โดยการสร้างความเชื่อมั่น และออกมาตรการกระตุ้น การท่องเที่ยว (3) การให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูบรรยากาศทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งการดำเนินนโยบายการเงินที่เอื้อต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการสร้างความเชื่อมั่น โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ เป็นต้น

ประกอบกับประเทศไทยนั้น เป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย และมีอยู่หลายประเภท เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบภูเขา ป่าไม้ รวมถึงทะเล เป็นต้น ซึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทะเลในภาคใต้ของประเทศไทยนั้น สถานการณ์และทิศทางท่องเที่ยวได้ ในปีพ.ศ. 2557 เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พบว่า จากข้อมูลสถิติกรมการท่องเที่ยว พบว่า ไตรมาส 4 ปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันออก และนักท่องเที่ยวชาวยุโรป คิดเป็นร้อยละ 55.3 และร้อยละ 26.4 เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำคัญของประเทศไทย คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน และญี่ปุ่น ตามลำดับ ส่วนยุโรปนั้นสัดส่วนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากรัสเซีย

รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร และเยอรมนี เป็นต้น รวมถึงประกอบกับในการศึกษาพบว่า ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ นิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุด โดยในปีพ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปภาคใต้ จำนวน 6.1 ล้านคน หรือเป็นคิดเป็นร้อยละ 21-25 เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ และมีการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย จำนวน 104,437 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละสัดส่วน 25.7 ซึ่งมากกว่าการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยพบว่า ภาคใต้นั้นเป็นภาคที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะมักเข้ามาเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้ เพราะภาคใต้มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ จำนวนมาก เช่น ทะเล และนักท่องเที่ยวต่างชาติเหล่านี้ จะนิยมมาท่องเที่ยวเพราะทะเลของประเทศไทย ขึ้นชื่อในด้านความสวยงาม และติดอันดับโลกในหลายพื้นที่ เช่น จังหวัดภูเก็ต ที่ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่ได้รับการยกย่องว่า “ไข่มุกแห่งอันดามัน” เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีความสวยงามทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล หรือวัดวาอารามต่างๆ และจังหวัดภูเก็ต ยังเป็นจังหวัดที่มีสนามบิน จึงทำให้เป็นจังหวัดที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางในการเดินทางต่างๆ เป็นต้น

แต่สภาพปัญหาที่สำคัญของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ตามการศึกษาของสมถวิล ศิริบุรณานนท์ (2556:1-2) และงานวิชาการอื่นๆ พบว่า ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ต ได้ประสบกับปัญหาต่างๆ ที่สำคัญ คือ

1. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ที่มีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ภาพลักษณ์ทางด้านการเมือง การปกครอง ซึ่งประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเมืองเป็นอย่างมาก และประเทศจำนวนไม่น้อย

ที่ได้มีการประกาศเตือนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างระมัดระวัง และไม่ให้ออกมาท่องเที่ยวในช่วงกลางคืน

2. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย อันเกิดจากความไม่พร้อมของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

3. ปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการด้านต่างๆ ที่จะส่งผลให้เกิดความสะดวสบายต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต โดยปัจจุบันจังหวัดภูเก็ต สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างๆ ได้เป็นจำนวนมาก แต่ในความเป็นจริงในหากอยู่ในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญของประเทศไทย เช่น เทศกาลสงกรานต์ จะทำให้เกิดปัญหาทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่มาจากจำนวนของสถานที่พักไม่เพียงพอ หรือสถานที่ท่องเที่ยวมีความแออัดต่างๆ เป็นต้น

4. ปัญหาทางการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณมากในบางพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่ง เกิดการแออัด และส่งผลทำให้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกิดความไม่สบายใจ รู้สึกอึดอัด และไม่มีความสุขต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตแห่งนี้

5. ปัญหาทางการเอาเปรียบจากกลุ่มผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านอาหาร ที่ขายสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เกินจริง และมีราคาที่สูงจนเกินไป

6. ปัญหาทางด้านอาชญากรรมต่างๆ ที่ส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

7. ปัญหาทางด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตนั้น จากการศึกษาของ ธันยรัศม์ อัจฉริยะฉาย (2555) พบว่า ปัจจุบันภาพลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ตนั้น ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในหลายๆ ด้าน

และเป็นที่ยอมรับสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไป แต่จังหวัดภูเก็ต ก็ยังประสบกับปัญหาที่สำคัญ คือ ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของชายหาด อันก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาทางการข่มขู่และทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การเรียกค่าบริการไม่เป็นธรรมจากรับจ้าง การขายวัตถุดิบราคาถูก อาทิ พลุ-โคมลอยให้กับนักท่องเที่ยวตามชายหาด เมื่อจุดแล้วอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ธุรกิจให้เช่าเรือเจ็ตสกีในแหล่งท่องเที่ยว มีพฤติการณ์เรียกร้อยค่าเสียหาย เกินสมควรจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อส่งคืนเรือเจ็ตสกีที่เช่า การตั้งป้ายโฆษณาบริเวณชายหาด ถนนและอาคารไม่เป็นระเบียบ-บดบังสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้น ถือว่าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอย่างมาก และส่งผลต่อเนื่องถึงการที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความไม่ประทับใจ และไม่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นนั้น ทำให้กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต (2557: ออนไลน์) ได้มีการจัดทำแผนการพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ด้วยกระบวนการ คือ

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศ และระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้รองรับต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนการพัฒนาแหล่งน้ำ ให้มีความสะอาดเพิ่มมากขึ้น

2. การพัฒนาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อทำให้ลดปัญหาการเอาเปรียบ

นักท่องเที่ยว และป้องกันปัญหาการเกิดอาชญากรรมต่าง ๆ เป็นต้น

3. การพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้รับทราบ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ยังมีระบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี อันจะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความเข้าใจอันดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นต้น

แต่กระบวนการในการพัฒนาดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาหรือการมีส่วนร่วมของภาคผู้ประกอบการ หากได้รับการแก้ไขและพัฒนา จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกิดมุมมองที่เป็นไปในทางบวก และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น กระบวนการแก้ไขปัญหาที่ดี และมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เรื่อง ทักษะคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดภูเก็ต เช่น กลุ่มจังหวัดองค์กรบริหารส่วนตำบล หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

คำถามเพื่อการวิจัย

1. แนวทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดการดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาทางการขายสินค้าเกินราคา ปัญหา

อาชญากรรม ที่มีประสิทธิภาพ และจะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างไร ?

2. แนวทางการแก้ไขปัญหาของการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาทองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีประสิทธิภาพ ควรเป็นอย่างไร?

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาทางด้านขาดการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในด้านการบริการนักท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรเป็นอย่างไร ?

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

4. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

5. เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการโรงแรม จำนวน 1 คน (2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร (3) มัคคุเทศก์ จำนวน 2 คน (4) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว จำนวน 1 คน เนื่องจากตามการศึกษาของอคิน รพีพัฒน์ (2527) และอรทัย ก๊กผล

(2552:17-19) ที่ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาใด ปัญหาหนึ่งนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคประชาชน และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการและบุคลากรที่มาจากภาครัฐ โดยแบ่งตามบทบาทหน้าที่ คือ ผู้จัดการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้สนับสนุนให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลในงานวิจัยต่อไป

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ร้อยละ 5 หรือมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณประกอบด้วย (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์กรประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต (2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับทัศนคติต่อองค์กรประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 6 คน 2) ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำนวน 4 คน และ 3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามการศึกษาในตัวแปรที่สำคัญ คือ 1) การมีส่วนร่วม 2) ภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ 3) ข้อมูลประเภทธุรกิจบริการ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ตสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต รวมถึงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ (จำนวนคน) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งจะมีความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1.1 ค่าร้อยละ เป็นค่าที่จะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดเห็นต่อข้อคำถามต่างๆ อยู่ในระดับร้อยละเท่าใด

1.2 ค่าความถี่ (จำนวนคน) เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีความคิดเห็นต่อข้อคำถามต่างๆ สอดคล้องกันจำนวนกี่คน

1.3 ค่าเฉลี่ย เป็นค่าที่จะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนมีความคิดเห็นในข้อคำถามนั้นๆ อยู่ในระดับใด โดยกำหนดให้

- 1.00 – 1.80 ระดับน้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 ระดับน้อย
- 2.61 – 3.40 ระดับปานกลาง
- 3.41 – 4.20 ระดับมาก
- 4.21 – 5.00 ระดับมากที่สุด

1.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นค่าที่จะทำการศึกษาว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ถึงแนวโน้มของข้อคำถามนั้นๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติอนุमानหรือสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งจะมีความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทางด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 7P และข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ

การศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดวิธีการเชิงคุณภาพ เพื่อทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์คำพูด วลี รวมถึงความสอดคล้องต่างๆ ของผู้ประกอบการต่อเนื้อหาใน 5 ด้าน คือ (1) การค้นหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา (2) การวิเคราะห์ถึงสาเหตุและที่มาของปัญหา (3) การเลือกวิธีการและวางแผนในการแก้ปัญหา (4) การดำเนินตามแผน (5) การประเมินผล วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยที่มีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จ เพื่อที่จะนำมาสู่การอภิปรายผล และนำไปเป็นข้อเสนอแนะของการวิจัยต่อไป

สรุปผล

1. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ภาพรวมทางด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก

(\bar{x} = 3.576) ในภาพรวมทางด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.606) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.640) รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.519) ส่วนด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.432) ส่วนภาพรวมของด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.642) และภาพรวมของด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.282) เป็นต้น

2. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ผลปรากฏว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.467) ส่วนระดับความพึงพอใจต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.631) ส่วนความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.447) และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมเมื่อเดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.498)

3. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.302)

4. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ตามการสรุปผลตามสมมติฐานของการวิจัย ประกอบด้วยสมมติฐานที่ 1 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยดังกล่าว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขจรเจริญ (2553) และพรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่พบว่า เหตุผลที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น เนื่องจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะมองว่าจังหวัดภูเก็ต มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และเป็นที่ยู๊จัก เป็นที่ยอมรับกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเทศต่างๆ ซึ่งในการดำเนินการวิจัย หากมีการนำเอาหลักส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนด้านบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จากการสัมภาษณ์กลุ่ม

ตัวอย่าง จำนวน 6 คน พบว่า ในการบริหารจัดการนั้น ผู้ประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ยังมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตามของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน้อย เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ยังขาดการร่วมมือร่วมใจกันส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายเล็ก รายย่อย ที่ยังมีการเอารัดเอาเปรียบอยู่ แต่หน่วยงานภาครัฐก็ไม่ได้ทำความเข้าใจ และสร้างความตระหนักต่อผลเสียที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเอารัดเอาเปรียบต่างๆ และจะส่งผลกระทบต่อสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม

อภิปรายผล

1. การอภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสินค้าและบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.576$) เนื่องจากสินค้าและบริการที่จำหน่ายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคิดว่า มีความสะอาด และมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับสถานที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าพัก จะมีความสะอาด และมีระบบการให้บริการที่ดี และมีจำนวนที่พักที่มาก และเหลือให้อย่างหลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถมีตัวเลือกที่เข้าพักได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขจรเจริญ (2553) ที่พบว่า ในการบริหารร้านค้า หรือสถานประกอบการต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรืออาหารต่างๆ ให้มีความสะอาด ปลอดภัย เพื่อ

ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ประทับใจต่อการเข้ามารับประทานอาหาร และสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2545 : 161-162) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านอาหารนั้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต เพราะอาหารถือได้ว่าเป็นปัจจัยประการหนึ่งของปัจจัยสี่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะต้องเข้ามารับประทาน ดังนั้น หากมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น การให้บริการอาหารที่อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

1.2 ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.606$) เนื่องจากสถานประกอบการต่างๆ เช่น ร้านอาหาร หรือโรงแรม จะมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน หรือมีการชี้แจงค่าใช้จ่ายก่อนการเข้ามาใช้บริการ เพื่อทำให้เป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการหรือเลือกรับบริการต่างๆ และในการบริหารร้านค้าหรือโรงแรม ก็มีส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากมาเป็นกลุ่ม หรือมาจากกลุ่มทัวร์ของบริษัทในเครือ นอกจากนี้ สถานประกอบการหลายแห่ง ก็ได้มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่มีความน่าเชื่อถือ และมีการลดการเอาเปรียบจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler (2003) ที่สรุปว่า ปัจจัยทางด้านราคา เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมทำให้สถานประกอบการต่างๆ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และหากราคามีความเหมาะสมกับสินค้าที่บริโภค ก็จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกพึงพอใจ

และมีทัศนคติที่ดี และสอดคล้องกับการศึกษาของ พรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่พบว่าในการบริหารสถานประกอบการทางการพาณิชยกรรมต่างๆ ด้านราคาถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง ที่จะมียุทธผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคต่างๆ เป็นต้น

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะมีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.640$) เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีระบบการขนส่งที่ดี ทั้งทางรถและทางเรือ นอกจากนี้ ในการเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตนี้ ก็สามารถมาทางเครื่องบินได้ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของพรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาถึงระบบสาธารณูปโภค และระบบการบริหารงานต่างๆ ของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ในการคมนาคมขนส่งและ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) ของจังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการคมนาคม และจังหวัดดังกล่าว ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดทัศนคติดีต่อระบบดังกล่าว

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.519$) เนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการสถานที่ต่างๆ จะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นอย่างมาก เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาต่างๆ ที่จะทำให้เกิดกระบวนการบริหารงานที่เป็นข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มีการเลือกถึงสิ่งที่ตนเองต้องการ และจะเปิดการเพิ่มการแข่งขันให้สามารถ

แข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ได้รวมถึงการที่สถานประกอบการบางแห่ง จะมีการแจกของสมนาคุณ หรือมีการให้ส่วนลด ก็จะทำให้เกิดเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้ข้อมูล และตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับศึกษาของ Kotler (2003) ที่พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้สถานประกอบการเกิดประสิทธิภาพในการบริหาร และแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยใช้กระบวนการต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การให้ของสมนาคุณต่างๆ เป็นต้น

1.5 ด้านบุคลากร โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทัศนคติต่อด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.432$) เนื่องจากปัจจุบันทั้งโรงแรม สถานประกอบการ และสถานที่อื่นๆ ได้มีการพัฒนาให้บุคลากรหรือพนักงานของตน เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในการบริการ และมีการปฏิบัติตนต่างๆ เช่น การพูดจา การแต่งกายที่สุภาพ และการสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศ เป็นต้น โดยการศึกษาดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี ขอบเจริญ (2553) ที่พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ตนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะให้ความสำคัญกับบุคลากร เช่น พนักงาน หรือบุคลากรของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจต่างๆ เป็นอย่างมาก ที่จะต้องมีความรู้ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน รวมถึงมีความจริงใจในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านต่างๆ เป็นต้น

1.6 ด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติในภาพรวมของด้านกระบวนการบริหารภายในสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.642$) เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

และระบบอินเทอร์เน็ตต่างๆ ทำให้สถานประกอบการจำนวนมาก ให้ความสำคัญกับการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการภายในสถานประกอบการของตน เช่น โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรับสั่งอาหาร หรือการของห้องพักรต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler (2003) ที่พบว่า ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะการวิเคราะห์เกี่ยวกับ PEST Analysis จะต้องให้ความสำคัญกับทางด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานของระบบที่จะทำให้เกิดการส่งเสริมการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของสถานประกอบการตามกลยุทธ์ที่เหมาะสม

1.7 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีระดับทัศนคติต่อภาพรวมของด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.282$) เนื่องจากสถานประกอบการต่างๆ ของจังหวัดภูเก็ต หลายแห่ง ตระหนักถึงความสำคัญ และตระหนักถึงความสะอาด และความสวยงามของร้าน และมีการสร้างบรรยากาศต่างๆ เช่น การเปิดเพลง หรือการจัดทำร้านของตน ให้เหมาะสมกับการขายสินค้าและบริการ เช่น การจัดบรรยากาศแบบญี่ปุ่น เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าแบบญี่ปุ่น เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler (2003) ที่พบว่า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence Presentation) จะเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ได้ เนื่องจาก เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มองร้าน หากร้านมีสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ เกิดความสนใจ หรือกระตุ้นความสนใจได้ ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาในร้านค้า

ต่างๆ และเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยทางการตลาด ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการหรือการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้ประกอบการต่างๆ จะต้องมีการให้ความสำคัญกับหลักส่วนประสมทางการตลาด เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันและสร้างความพึงพอใจในการเข้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไปได้

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก เนื่องจาก ด้านการให้บริการของสถานประกอบการต่างๆ นั้น สถานประกอบการจะมีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้รับรู้และรับทราบถึงข้อบังคับ และกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนมีการเอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวต่างชาติทุกคน และหากเกิดปัญหาขึ้นมา ก็จะมีบุคลากรเข้ามาดูแลและเอาใจใส่ ส่วนด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ในการบริหารร้านค้าหรือร้านอาหารต่างๆ จะมีการนำเอาสินค้าและบริการ เข้ามาใช้ในการบริหารงาน และมีการกำหนดคิวในการชำระเงินก่อนหลัง ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่า เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการจัดทำป้าย หรือสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นอย่างมาก และมีระบบสาธารณูปโภค หรือระบบสาธารณะ เช่น ห้องสุขา สาธารณะ ห้องอาบน้ำ หรือโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อกับต่างประเทศได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับการศึกษาของพรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ

จังหวัดภูเก็ต พบว่า จังหวัดภูเก็ต ถือได้ว่า เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีสินค้าบริการ หรือปัจจัยต่างๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างมาก ส่วนเรื่องของการคมนาคม ถือได้ว่า มีความสะดวกสบายมาก และสามารถเดินทางได้ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ เป็นต้น

3. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.302$) เนื่องจาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากกว่าจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งด้านน้ำตกปะการัง หรือการเข้าชมวัดต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งจังหวัดภูเก็ต ยังมีสนามบินเพื่อไปยังสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และนักท่องเที่ยวต่างชาติก็จะมี การเชิญชวนให้ครอบครัว คนรัก เพื่อนฝูง เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของมัคคุเทศก์คนที่ 2 ที่พบว่า ภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ก็จะมีการบอกต่อให้กับเพื่อน ครอบครัว หรือคนรักกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อไปในอนาคต

4. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติต่อองค์ประกอบทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต โดยผลการวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน จะพบว่า ปัจจัยดังกล่าวทุกปัจจัยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และความ

พึงพอใจ จะมีอิทธิพลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยปัจจัยทางการตลาดเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดการตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้า หรือใช้บริการต่างๆ โดยใช้กระบวนการหรือกลยุทธ์ทางการตลาด และหากสถานประกอบการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ก็จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดความพึงพอใจ และตอบสนองต่อพฤติกรรมต่างๆ อันจะส่งผลทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้ สอดคล้องกับเกตุวดี ขอเจริญ (2553) และพรหมศิวะพรพิชญ์ และคณะ (2557) ที่สรุปได้ว่า ในการบริหารจัดการโดยใช้ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด จะสามารถสร้างและก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของผู้ประกอบการโรงแรมผู้ประกอบการร้านอาหาร คนที่ 1-2 ที่สรุปความได้ว่า ในการบริหารทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด 7P จะทำให้สถานประกอบการต่างๆ สามารถพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 คือ เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยพบว่า จากคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวต่างๆ นั้น พบว่า ปัจจุบันทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักกับการบริหารงานของสถานประกอบการ และบุคลากรในภาครัฐ เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือในทุกภาคส่วน แต่ก็มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อย ที่ไม่ให้ความสำคัญ และไม่ให้ความร่วมมือต่อการส่งเสริมภาพ

ลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว โดยในมุมมองของ

5.1 ผู้ประกอบการโรงแรม สรุปได้ว่า โรงแรมควรมีการจัดระเบียบให้ถูกต้องตามกฎหมาย และควรมีการให้ความร่วมมือกับภาครัฐในด้านต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านการให้บริการที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด และไม่ส่งเสริมการกระทำความผิดต่างๆ เช่น การให้เป็นแหล่งมั่วสุม หรือการค้าประเวณีต่างๆ ที่โรงแรมบางแห่งมีการจัดให้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศบางท่าน เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการโรงแรมมีกระบวนการป้องกันและให้ความร่วมมือ โดยไม่เห็นแก่เงิน ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และในประเทศไทยที่ถือได้ว่าเป็นเมืองพุทธ เป็นต้น

5.2 ผู้ประกอบการร้านอาหาร สรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารทั้งรายใหญ่ รายย่อย ไม่จำกัดทางสถานที่ในการให้บริการ เช่น ริมนายหาด หรือในโรงแรม หรือในภัตตาคารต่างๆ ควรจะต้องให้ความสำคัญกับการปรุงอาหารที่มีคุณภาพ ไม่มีการใช้สารเคมี สารเสพติด หรือสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค และควรให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน เช่น กรมคุ้มครองผู้บริโภค ในการเข้ามารตรวจสอบคุณภาพของอาหารต่างๆ เป็นต้น

5.3 มัคคุเทศก์ สรุปได้ว่า ภาครัฐได้มีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหา มัคคุเทศก์เถื่อน และให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น มัคคุเทศก์ที่ถูกกฎหมายก็ควรมีความตระหนัก และมีความรับผิดชอบในหน้าที่การงานอย่างเคร่งครัด และไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่รับเงินค่าคอมมิชชั่นจากร้านค้าต่างๆ เพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าไปซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระทำความผิดตามกฎหมาย และบริษัทนำเที่ยว

ไม่ควรใช้มาตรการที่เื่อนหรือไม่มีใบอนุญาต เพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ติดลบต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และลดปัญหาอาชญากรรมต่างๆ ได้

5.4 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว สรุปได้ว่าเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจะต้องมีการปฏิบัติงานตามที่ภาครัฐได้ให้นโยบายไว้ แต่ในการปฏิบัติงานนั้นเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อย ที่ยังขาดความตระหนัก และให้ความสำคัญกับภาระงานของตน เนื่องจาก ภาระงานที่มีปริมาณที่มากจนเกินไป และไม่สามารถเข้ามาให้บริการได้อย่างเหมาะสมถูกต้อง ซึ่งสิ่งที่เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว จะต้องให้ความสำคัญ คือ ความสะดวกสบายในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และการแก้ไขปัญหาความไม่ถูกต้องจากการเอารัด เอาเปรียบจากบุคคลต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างร่วมมือ และการมีส่วนร่วมให้ผู้ประกอบการ และภาคเอกชนทุกแห่งมีการร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เช่น การส่งเสริมให้เกิดการรณรงค์เกี่ยวกับการไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งการส่งเสริม

ให้บุคลากรในภาครัฐ มีการตรวจสอบถึงปัญหา และแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว อันจะส่งผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไปในอนาคต

2. ผู้ประกอบการต่างๆ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้มากยิ่งขึ้น โดยพยายามมุ่งตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว โดยใช้ปัจจัยทางการตลาด 7P เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการต่างๆ โดยใช้หลักคุณธรรมเข้ามามีส่วนร่วม และไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. เจ้าหน้าที่ๆ เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการดูแลนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการต่างๆ ในหลายแห่ง เช่น ผู้ประกอบการรีสอร์ท บังกะโล ร้านอาหารตามชายหาด และอื่นๆ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความละเอียดครบถ้วน

2. ควรมีการสอบถามถึงระดับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ และสถานประกอบการต่างๆ ของเอกชน เพื่อทำให้ได้รับข้อมูลที่มากขึ้น และนำมาใช้ในการปรับปรุงงานวิจัยให้มีประสิทธิภาพในอนาคต

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556) . สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี2555. รายงานสรุปสถานการณ์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557) . ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก<http://marketingdatabase.tat.or.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557) . อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก<http://tourismawards.tourismthailand.org/th/history.php>.
- เกตุวดี ขอเจริญ. 2553. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ต. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทั่วไป. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชั้นยศร์ม อัจฉริยะฉาย. 2555. กมว. วุฒิชีวิตกภาพลักษณะหาดภูเก็ตตกต่ำ-ปัญหากรม. สำนักข่าวไทยรัฐ. ฉบับวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2555.
- พรหมศิวะ พรพิชญ์ และคณะ. 2557. การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ฟังงา และกระบี่. การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สมถวิล ศิริบรรณานนท์. (2556) . ภูเก็ต : การท่องเที่ยว การแข่งขัน. ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง. (2545). การบริหารบุคลากรและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). GDP ไตรมาสแรกปี 2557 และแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2557.สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต. 2557. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดภูเก็ต. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จากhttp://www.phuketculture.net/index.php?option=com_content&view=article&id=2:history&catid=3:2012-07-07-06-41-29&Itemid=5.
- หนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์. (2557). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในสายลมแห่งประชาคมอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.thai-aec.com/550>.
- อดิน รพีพัฒน์. 2527. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์.
- อรรถัย กักผล. 2552. คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับนักบริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ. Kotler Philip. (2003) .Principles of Marketing. Prentice-Hall, Inc.