

Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Travel for Choosing Kitesurfing of International Tourists at Hua Hin in Prachuap Khiri Khan

Rungrudee Suksawas ¹

Received: 12/01/2023, Revised: 26/06/2023, Accepted: 11/03/2024

Abstract

This research aims to 1) to study the decision of International tourists to choose to travel kitesurfing in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province 2) to study the decision to travel to kitesurfing of International tourists in Hua Hin District Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province Classified by personal factors and 3) to study the marketing mix factors affecting the decision to travel to kitesurfing of International tourists in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. The sample used in the study was 400 international tourists who came to kitesurfing in Hua Hin District. This research used a questionnaire as a tool for data collection. And used sampling statistics to analyze the data frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA test and Multiple regression Analysis.

The results of the study revealed that 1) Most of the respondents gave importance to the marketing mix at a high level. By giving importance to the price as the first priority, followed by the distribution channel. product side and marketing promotion, respectively. 2) Most of the respondents decided to go kitesurfing of international tourists in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province at a high level.

¹ Master's degree student, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration,
E- mail : rungrudee.suksawas@gmail.com



4) marketing mix factors in terms of product, price and channel. distribution Affecting the decision to choose to travel kite surfing of foreign tourists in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. at the statistical significance level of 0.05

Keywords: Marketing Mix, Kitesurfing, International Tourist



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รุ่งฤดี สุขสวัสดิ์¹

วันรับบทความ: 12/01/2566, วันแก้ไขบทความ: 26/06/2566, วันตอบรับบทความ: 11/03/2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟ ณ อำเภอหัวหินจำนวน 400 คน งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและนำผลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านราคาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมาก 3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail : rungrudee.suksawas@gmail.com



แตกต่างกัน และ 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด , กีฬาไคท์เซิร์ฟ , นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

กีฬาเอ็กซ์ตรีมหรือกีฬาโลดโผน เกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกิจกรรมกีฬาร่วมสมัยที่ตอบสนองสัญชาตญาณส่วนลึกของมนุษย์มาตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา (นลิน สิริประมา, 2558) กีฬาเอ็กซ์ตรีมประกอบไปด้วยทั้งในร่มและกลางแจ้ง ทางบกและทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทยมีหลายแห่งทั้งที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงในต่างจังหวัด จะเห็นได้ว่าหลายประเทศทั่วโลกต่างก็ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถดึงดูดเม็ดเงินเข้าประเทศได้เป็นอย่างมาก และอุตสาหกรรมยังมีการแข่งขันที่สูงมาก ทั้งการแข่งขันในประเทศกันเอง และการแข่งขันภายนอกประเทศ ดังนั้นแต่ละสถานที่จึงพยายามเสนอจุดขายที่สำคัญให้เหมือนเป็นจุดแข็งและสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง กีฬาเอ็กซ์ตรีมจึงมีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวและจำเป็นต้องมีจุดขายที่แตกต่างและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการตามสถานที่ท่องเที่ยวจึงมักนำเอากีฬาเอ็กซ์ตรีมมาประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของธุรกิจตนเองเพื่อเป็นกิจกรรมไว้ดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในประเทศไทยกีฬาเอ็กซ์ตรีมยังเป็นกีฬาใหม่ที่ผู้คนกำลังให้ความสนใจเป็นอย่างมากและยังเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ กีฬาเอ็กซ์ตรีมได้เข้ามาในประเทศไทยนานกว่า 30 ปีโดยมีการจัดการแข่งขันครั้งแรกในปี พ.ศ. 2541 ที่หาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต โดยใช้ชื่อว่า Summer X Games Thailand ต่อมาในกลุ่มนักกีฬาเพิ่มขึ้นอย่างมากกระจายอยู่ในหลายจังหวัดของประเทศไทยจนได้มีการก่อตั้งสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย (TESA) ขึ้น

กีฬาไคท์เซิร์ฟหรือชื่อเรียกอีกชื่อว่าไคท์บอร์ดดิ้ง (Kiteboarding) เป็นกีฬาแอ็คชั่นทางน้ำที่ผสมผสานกับเวคบอร์ด สโนว์บอร์ด วินเซิร์ฟ สเก็ตบอร์ด กับการเล่นเรือใบให้กลายเป็นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเพียงหนึ่งเดียว และเป็นกีฬาที่อาศัยการควบคุมพลังของลม ด้วยการใช้อาวุธขนาดใหญ่ที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งสถานที่นิยมในการเล่นนั้นอยู่ที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้วยสถิติด้านการท่องเที่ยวของหัวหิน ประจำปี พ.ศ. 2561 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาซึ่งพบว่ามียอดการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในไตรมาสที่ 1



(เดือนมกราคม - เดือนมีนาคม ปีพ.ศ. 2561) มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนหัวหินแล้วกว่า 2,515,380 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.87

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นส่วนหนึ่งของภาคใต้ตอนบนหรือภาคกลางตอนล่างมักจะเป็นทางผ่านเดินทางไปยังภาคใต้และยังเป็นจุดท่องเที่ยวอยู่ตลอดเนื่องจากไม่ได้ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก โดยจากสถิติปี 2562 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 9 และในปี 2563 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรายได้ลดลง 43.59 % เนื่องจากวิกฤตการณ์โควิด

ในเอเชียกีฬา”ไคท์เซิร์ฟ” (Kite Surf) มีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมมาก โดยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไคท์เซิร์ฟเพิ่มขึ้นทั่วทั้งภูมิภาค ไม่เฉพาะเป็นการแข่งขันสำหรับผู้ที่อยู่ในภูมิภาคนี้เท่านั้น แต่ยังคงดึงดูดนักไคท์เซิร์ฟหลายพันคนจากทั่วโลกมายังเอเชียเพื่อมาใช้สถานที่เล่นไคท์เซิร์ฟระดับโลกหลายแห่งที่อยู่ในประเทศแถบนี้ ซึ่งอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ก็เป็นหนึ่งในเมืองที่นิยมของนักกีฬาไคท์เซิร์ฟ ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการเล่นนั้นเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนพฤษภาคม

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” และ เนื่องจากงานวิจัยนี้ยังไม่เคยมีผู้ใดทำมาก่อน จึงสามารถนำมาเป็นแนวทางในงานวิจัยอื่น ๆ ต่อไปในอนาคตได้ ทั้งนี้ การทำวิจัยนี้มีความสำคัญ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นไคท์เซิร์ฟที่อำเภอหัวหิน รวมถึงทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเฉพาะนี้ ซึ่งสามารถนำผลจากการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ทางการตลาด นำไปต่อยอดกับธุรกิจ เพิ่มศักยภาพแก่แหล่งท่องเที่ยวและเกิดกำไร ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทย และ ใช้เป็นแนวทางข้อมูลของนักท่องเที่ยวให้กับผู้ที่ทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทย ในเรื่องของการตัดสินใจเข้ารับบริการแหล่งท่องเที่ยวและเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของกีฬาโค้ทเชิร์ฟให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากที่สุด
4. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงกีฬาและการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานเอกชนอื่น ๆ อันนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการขยายตัวในด้านอื่น ๆ ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

McIntosh and Goeldner (2002, PP. 25-30 อ้างถึงใน วีระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์, 2564) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาตามความถนัด ความสนใจในกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกีนํ้า กระดานโต้คลื่น และสกี เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท (กรรณิการ์ เทพพงษ์, 2563) ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา เป็นประเภทที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้าร่วมเล่นกีฬาโดยตรง สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ นักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาเป็นงานอดิเรก (Hobbyist) และนักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาในการแข่งขัน (Activity Participant)



2. การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถบางผู้เข้าร่วมได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผู้ชม (Spectators) และนักกีฬา (Competitors) หากเป็นการแข่งขันที่มีผู้ชมจำนวนมากและมีนักกีฬาจำนวนน้อยจะเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยว งานหรือมหกรรมกีฬา ระดับสูง (Elite Event Sport Tourism) ในทางตรงกันข้าม หากมีผู้เข้าร่วมน้อยและมีนักกีฬาจำนวนมาก จะเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬาทั่วไป (Nonelite Event Sport Tourism) ซึ่งการแข่งขันในรูปแบบนี้ เช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิกเกมส์ (Olympic Games) และการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) จะเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) เป็นการเดินทางไปเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านกีฬา เช่น การเยี่ยมชมสนามฟุตบอลในขณะที่ไม่ได้มีการแข่งขัน การเข้าค่ายฝึกกีฬา (Fantasy Camp) หรือการเข้าชมพิพิธภัณฑ์กีฬา (Sport Museum) เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาถูกมองว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่อาจกำหนดเป็นเป้าหมาย เพื่อขยายกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยวที่ถูกดึงดูดให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Bull & Weed, 1999 อ้างถึงใน นลวิษฐ์ ขุนลา, 2561) ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้อาจเข้าถึงได้โดยทั่วไป ดังเห็นได้จากการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism Promotion) เมื่อมีการจัดมหกรรมกีฬาคครั้งสำคัญ ๆ แต่ในความเป็นจริงแล้ว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วยตลาดเฉพาะที่แตกต่างกันหลายระดับ การทำความเข้าใจกับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นพื้นฐานสำคัญ สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่จำเป็นต่อธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ประกอบด้วย 4 ประการ (4P's) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายผลิตภัณฑ์โดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เช่น สินค้า บริการ สถานที่
2. ราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเงิน
3. การจัดจำหน่าย (Place) คือช่องทางหรือสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้าและสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือสื่อสาร จูงใจ เพื่อให้ความต้องการในสินค้า โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก เครื่องมือสื่อสารมีหลายองค์ประกอบ โดยพิจารณาวิธีที่เหมาะสมกับลูกค้าและผลิตภัณฑ์



แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ยังได้กล่าวว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ขนาดของครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรจะสามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ประกอบด้วย

- อายุ (Age) สินค้าหรือบริการแต่ละประเภท จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ต่างกันออกไป

- เพศ (Sex) สินค้าหรือบริการบางประเภท สามารถใช้เพศในแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติ การรับรู้ที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลให้มี พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

- รายได้ (Income) รายได้ของผู้บริโภคจะเป็นตัวแปรที่กำหนดความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่าจะมีความสามารถในการซื้อที่สูงกว่าผู้บริโภคที่มี รายได้น้อยกว่า จึงอาจใช้รายได้เป็นตัวแบ่งคร่าว ๆ ได้ว่าผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ใกล้เคียงกันมักมี พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

- การศึกษา และอาชีพ (Education and Occupation) การศึกษา และอาชีพถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ แตกต่างกันของผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ชุตินา นุตยะสกุล และประสพชัย พสุนนท์ (2558) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ที่มีจุดเริ่มต้นไป จนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ

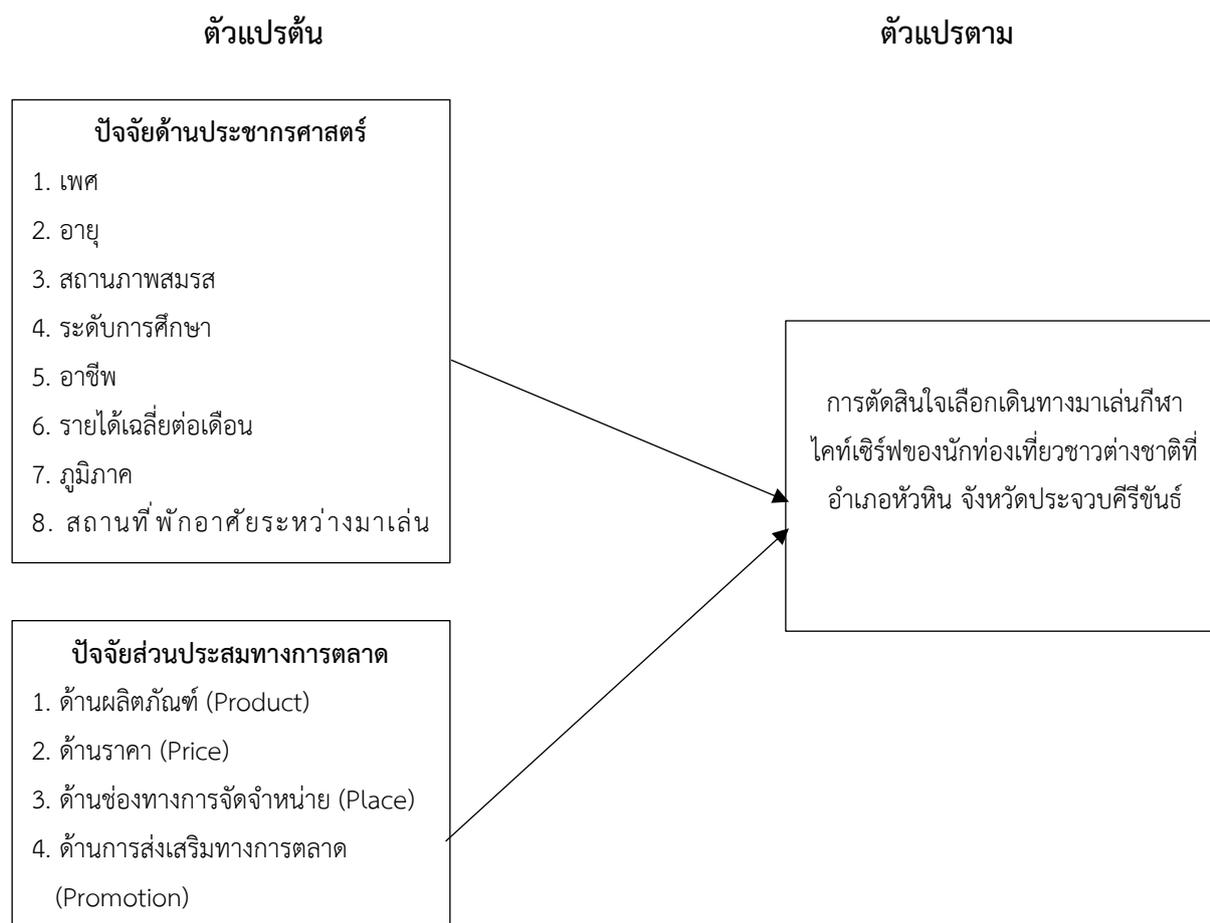
1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ลักษณะทาง ประชากร รูปแบบการดำรงชีวิต ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็น และ สถานการณ์ ที่มาจกเวลา สภาพแวดล้อมและสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทั่วไปและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วย การรับรู้ การสนใจ การ เรียนรู้ ทัศนคติ บุคลิกภาพและแนวคิดของตนเอง

3. ปัจจัยทางด้านสังคม คือ แรงกระตุ้นของผู้อื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ



กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นโค้ทเซิร์ฟ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้สูตรการคำนวณของคอแครน (Cochran) (ธีรฤทธิ เอกะกุล, 2543) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คนและป้องกันการผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรวจกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นโค้ทเซิร์ฟ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 ชุด โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก (Convenience Sampling)

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.962 จากนั้นนำแบบสอบถามตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เท่ากับ 0.916 และด้านการตัดสินใจ เท่ากับ 0.878 หลังจากนั้นได้ปรับปรุงและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิภาค และสถานที่พักอาศัยระหว่างมาเล่นโค้ทเซิร์ฟ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



โดยเกณฑ์การวัดและแปลความหมายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2553) ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มีความสำคัญ/ การตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มีความสำคัญ/ การตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	มีความสำคัญ/ การตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	มีความสำคัญ/ การตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	มีความสำคัญ/ การตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ LSD และเพื่อทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการใช้วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)		
ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	S.D.
เพศ		
ชาย	238	59.5
หญิง	126	31.5
อื่น ๆ (ไม่ประสงค์ตอบคำถาม)	36	9.0
อายุ		
15 – 24 ปี	34	8.5



ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	S.D.
25 – 34 ปี	252	63.0
35 – 64 ปี	96	24.0
65 ปีขึ้นไป	18	4.5
สถานภาพ		
โสด	88	22.0
สมรส	240	60.0
หย่าร้าง	42	10.5
อื่น ๆ (ไม่ประสงค์ตอบคำถาม)	30	7.5
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	41	10.3
ปริญญาตรี	195	48.7
ปริญญาโท	130	32.5
ปริญญาเอก	32	8.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	28	7.0
รับราชการ	45	11.3
พนักงานบริษัท	120	30.0
ธุรกิจส่วนตัว	207	51.7
ภูมิภาค		
ทวีปแอฟริกา	0	0.0
ทวีปอเมริกา	51	12.8
ทวีปเอเชีย	154	38.5
ทวีปยุโรป	123	30.7
โอเชียเนีย	72	18.0



ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	\bar{x}	S.D.
(n = 400)		
สถานที่พักอาศัยระหว่างมาเล่นกีฬาเคิร์ฟ		
พักอาศัยในอำเภอหัวหิน	184	46.0
พักอาศัยในจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย	153	38.2
ไม่ได้พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย	63	15.8

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาเล่นกีฬาเคิร์ฟที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 59.5) มีอายุ 25 – 34 ปี (ร้อยละ 63.0) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 60.0) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48.7) มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 51.7) ส่วนใหญ่มาจากทวีปเอเชีย (ร้อยละ 38.5) และระหว่างมาเล่นกีฬาเคิร์ฟพักอาศัยในอำเภอหัวหิน (ร้อยละ 46.0)

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาเคิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาเคิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
(n = 400)			
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ความสวยงาม/ ประทับใจสถานที่	4.40	0.807	มากที่สุด
2. ภูมิทัศน์รอบสถานที่เหมาะสมกับการเล่นกีฬาเคิร์ฟ	3.92	0.683	มาก
3. กิจกรรมเสริมที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	4.20	0.786	มาก
4. สิ่งอำนวยความสะดวกขณะเล่นกีฬาเคิร์ฟ	3.80	0.741	มาก
5. ความปลอดภัย ณ สถานที่เล่นกีฬาเคิร์ฟ	4.06	0.823	มาก
6. เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงด้านกีฬาเคิร์ฟ	3.93	0.707	มาก
รวมด้านผลิตภัณฑ์	4.05	0.407	มาก



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านราคา			
1. ค่าบริการมีความเหมาะสม	4.24	0.845	มากที่สุด
2. ค่าครองชีพในอำเภอหัวหินมีความเหมาะสม	3.94	0.716	มาก
3. ค่าใช้จ่ายในการเล่นโค้ทเจอร์ฟที่อำเภอหัวหินถูกกว่าที่อื่น ในประเทศไทย	4.25	0.726	มากที่สุด
รวมด้านราคา	4.14	0.493	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. ความปลอดภัยของอำเภอหัวหิน	4.21	0.848	มากที่สุด
2. อำเภอหัวหินเป็นที่ที่มีชื่อเสียงในหลาย ๆ ด้าน เช่น แหล่ง ท่องเที่ยว อาหาร	3.96	0.686	มาก
3. การเดินทางมาอำเภอหัวหินมีความสะดวก	4.20	0.773	มาก
4. ความสะอาดของชายหาดในอำเภอหัวหิน	3.94	0.675	มาก
รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.435	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านการบอกต่อ	4.29	0.858	มากที่สุด
2. การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.85	0.698	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร	4.09	0.869	มาก
4. การได้รับส่วนลดค่าบริการ โรงแรม สายการบิน	3.72	0.808	มาก
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.456	มาก
รวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	4.06	0.353	มาก



จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟที่ อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 โดยให้ความสำคัญด้านราคาเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.05 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ โดยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อความสวยงาม/ ประทับใจสถานที่มากที่สุด ด้านราคาให้ความสำคัญต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟที่อำเภอหัวหินถูกกว่าที่อื่นในประเทศไทยมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของอำเภอหัวหินมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านการบอกต่อมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	\bar{x}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ
1. การเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟเป็นกิจกรรมที่ต้องทำเมื่อมาเที่ยวประเทศไทย	3.94	0.781	มาก
2. เมื่อท่านต้องการเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ก่อนทุกครั้ง	3.95	0.748	มาก
3. ความมีชื่อเสียงของสถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟ	4.04	0.760	มาก
4. เมื่อท่านต้องการเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟ ท่านจะนึกถึงอำเภอหัวหินเป็นที่แรก	4.19	0.784	มาก
5. ท่านจะกลับมาเล่นโค้ทซ์เซิร์ฟที่อำเภอหัวหินอีกครั้ง	4.03	0.794	มาก
รวม	4.03	0.584	มาก



จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อต้องการเล่นโค้ทเชิร์ฟ จะนึกถึงอำเภอหัวหินเป็นที่แรก มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นโค้ทเชิร์ฟ มีค่าเฉลี่ย 4.04 และจะกลับมาเล่นโค้ทเชิร์ฟที่อำเภอหัวหินอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n = 400)

ปัจจัยส่วนบุคคล		Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
เพศ	ระหว่างกลุ่ม	.411	2	.205	.602	.548
	ภายในกลุ่ม	135.469	397	.341		
	รวม	135.880	399			
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	.206	3	.069	.201	.896
	ภายในกลุ่ม	135.674	396	.343		
	รวม	135.880	399			
สถานภาพสมรส	ระหว่างกลุ่ม	.206	3	.506	1.491	.217
	ภายในกลุ่ม	135.674	396	.339		
	รวม	135.880	399			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.742	4	.436	1.283	.276
	ภายในกลุ่ม	134.138	395	.340		
	รวม	135.880	399			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	2.370	3	.790	2.343	.073
	ภายในกลุ่ม	133.510	396	.337		
	รวม	135.880	399			



ปัจจัยส่วนบุคคล		Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	3.450	4	.862	2.572	.037*
	ภายในกลุ่ม	132.430	395	.335		
	รวม	135.880	399			
ภูมิภาค	ระหว่างกลุ่ม	.535	3	.178	.522	.668
	ภายในกลุ่ม	135.345	396	.342		
	รวม	135.880	399			
สถานที่พักอาศัยระหว่างมาเล่นโค้ทเซอร์ฟ	ระหว่างกลุ่ม	1.640	2	.820	2.425	.090
	ภายในกลุ่ม	134.240	397	.338		
	รวม	135.880	399			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และสถานที่พักอาศัยระหว่างมาเล่นโค้ทเซอร์ฟ แตกต่างกัน มีทัศนใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซอร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซอร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วย LSD ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ด้วย LSD ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเซอร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 USD	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 4,000 USD	3,001-4,000 USD	4,001-5,000 USD	5,001-6,000 USD	มากกว่า 6,000 USD
\bar{x}	3.94	3.94	3.89	4.07	4.09	3.84
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 USD	3.94	-	.048	-.134	-.157	.092
3,001-4,000 USD	3.89	-	-	-.182	-.205	.044



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 3,000 USD	3,001- 4,000 USD	4,001- 5,000 USD	5,001- 6,000 USD	มากกว่า 6,000 USD	
	\bar{x}	3.94	3.89	4.07	4.09	3.84
4,001-5,000 USD	4.07			-	-0.23	.226*
5,001-6,000 USD	4.09				-	.249*
มากกว่า 6,000 USD	3.84					-

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 USD และ 5,001-6,000 USD มีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 USD

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทซ์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 6 แสดงผลของ Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0.660 ^a	0.436	0.430	0.374	1.748

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.748 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 แสดงว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตนเอง โดยตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในระดับสูง (R = 0.660) และตัวแปรต้นมีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงตัวแปรตาม (Adjusted R²) เท่ากับ 0.430 มี ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 0.374 โดยตัวแปรต้นมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตาม (R Square) เท่ากับ 0.436 หรือคิดเป็นร้อยละ 43.60



ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	2.931	.149		19.716	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	.045	.048	.068	.927	0.049*
ด้านราคา	.113	.054	.186	2.099	0.036*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.073	.063	.130	1.159	0.047*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.062	.072	.082	.870	0.385

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.049) ด้านราคา (Sig. = 0.036) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.036) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยด้านราคา (Beta = 0.186) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.130) และด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.068) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาดังนี้



1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟที่ อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญด้านราคาในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเล่นไคท์เซิร์ฟที่อำเภอกำแพงหินสูงกว่าที่อื่นในประเทศไทย รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของอำเภอกำแพงหิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรนิษฐ์ ภัทรวิศานต์ศรี (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีของเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับค่าบัตรผ่านประตูมีราคาเหมาะสม มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่คุ้นเคยกับการใช้ บริการในประเทศไทย เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถเข้ารับบริการได้อย่างสะดวกช่องทางการจัดจำหน่ายจึงถือว่ามีค่าเฉลี่ยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหทัย จารุมิลินท (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัย พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคามีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับต่อมา คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวใส่ใจกับอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ให้บริการ มีการรักษาความปลอดภัย รวมถึงสถานที่ที่มีความสวยงาม

2. การตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อต้องการเล่นไคท์เซิร์ฟ จะนึกถึงอำเภอกำแพงหินเป็นที่แรก รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นไคท์เซิร์ฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลาภรินทร์ สมพงษ์ (2563) ที่ศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่หัวหิน พบว่า การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหิน เพราะต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัยหรือกีฬาทำท่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ในปี 2562 ที่ผ่านมา อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้มีการจัดการแข่งขัน ‘Thailand Championships 2019 Khao Tao Kiteboard & Windsurf’ การแข่งขันไคท์บอร์ดและวินด์เซิร์ฟ ชิงแชมป์ประเทศไทยและเทศกาลกีฬานชายหาดเขาเต่า มีนักกีฬาไคท์บอร์ดทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันมากกว่า 200 คน นับว่าเป็นสนามที่มีนักกีฬาสนใจเข้าร่วมแข่งขันมากที่สุดของประเทศไทย จึงทำให้อำเภอกำแพงหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติในด้านสถานที่ในการเล่นไคท์เซิร์ฟ



3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิภาค และสถานที่พักอาศัยระหว่างมาเล่นโค้ทเชิร์ฟ แตกต่างกันไป มีตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 USD และ 5,001-6,000 USD มีการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สูงกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 USD ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ พันพโยชน์ และปัทมัญญา สิงห์คราม (2566) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในเมืองกีฬา จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมรัชต์ เข็มราช (2558) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบมนุษย์สร้างขึ้น: กรณีศึกษา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีและอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้าน อายุ รายได้ สถานภาพ การศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเล่นกีฬาโค้ทเชิร์ฟของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมหทัย จารุมิลินท (2561) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวิรัช ศรีธาตาสวัสดิ์ (2557) ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งนี้

1. จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ดังนั้นควรมีการรักษาคุณภาพและความเหมาะสมกับราคาที่จ่าย รวมถึงตรวจสอบและเปรียบเทียบราคาของคู่แข่งเพื่อปรับราคาให้เหมาะสม ควรมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ตามเทศกาลและความเหมาะสมเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจในการเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟ ณ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ดังนั้น ควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น แบบออนไลน์มีเว็บไซต์ที่มีภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นให้บริการ มีการชำระเงินที่สะดวก หรือช่องทางจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ ควรมีป้ายบอกที่ชัดเจนรวมถึงมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารได้คล่องให้บริการ ลำดับต่อมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ควรมีการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ รวมถึงอุปกรณ์ให้สวยงาม สะอาด น่าใช้อยู่เสมอ รวมถึงมีความปลอดภัยและมีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญอยู่ด้วย ลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ควรมีการโปรโมทการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางมาเล่นกีฬาไคท์เซิร์ฟ ณ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อจะทำให้ทราบข้อมูลส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่ามีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างไร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวางแผนพัฒนาการตลาดให้สอดคล้องกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมพื้นที่ในการวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอื่น ๆ หรือศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- Amornrat Panpayak (2023). *Sports Tourism Behavior Of Tourists In Sports City Chon Buri Province*. Thailand National Sports University Chon Buri Campus, 15(1), 60-72.
- Chutima Nootayasakul And P. Pasunon. (2015). *Factors Of Decision Making Of Thai Tourists Traveling To Lampraya Market Nakhon Pathom*. Dusit Thani College Journal, 10(1), 132-150.
- Cronbach, L.J. (1990). Coefficient Alpha And The Internal Structure Of Tests. *Psychometrika*, 16,297-234.
- Kemrajh Chaloeprat. (2015). *Factors Affecting Decision Marketing Behavior Towards Thai Tourists On Man-Mand Tourist Attractions: A Case Study Of Cha-Am District, Petchaburi Province And Hua-Hin District, Prachuap Khiri Khan Province*. Payap University Journal, 25(2), 37-53.
- Nollawach Khunla. (2017). *A Development Of Sport Tourism Of Samui Island, Surat Thani Province, Thailand*. Thesis. Prince Of Songkla University.
- Nutthawit Srithadasawat. (2014). *Tourism Potential And Marketing Mix Affecting, The Decision In Cycling Tour In Hua Hin District, Prachuab Khiri Khan Province*. Thesis. Silpakorn University.
- Phatarawisansri, P. (2021). *The Factors Affecting Thai Tourism Decisions In The Case Of Muang Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*.
- Siriluk S. (2010). *Sampling Theory And Techniques*. Bangkok : Odeon Store
- Siriwan S. (2007). *Customer Behavior*. Bangkok : Theera Film & Scitex Co., Ltd.
- Somhathai Char. (2018). *Marketing Mix Factors And Of Tourist Behaviors Influencing On Decision Making Of Tourists Who Resided In Bangkok Metropolitan To Revisit To Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province*. Bangkok University.
- Sompong Chalamarin. (2020). *The Perception Of Foreign Tourists Toward Tourism In Hua Hin*. Srinakharinwirot University.
- Theerawut Akakul. (2000). *Research Methodology In Behavioral And Social Sciences*. Ubon Ratchathani Rajabhat University.



Theppong Kannikar. (2020). *The Management Guideline To Promote The Sport Tourism With Bicycle At Jedkod-Pongkonsao Natural Study And Ecotourism Center Saraburi*, Thesis Burapha University.

Veerasak S. (2564). *Business Management Of Sports Tourism In Thailand: A Case Study Of The Organizer Of The Bangsaen Marathon Running Event*. Mahidol University.

