

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประมาณการอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวโลกระหว่างปี 2543-2553 ไว้ที่ร้อยละ 4.2 ซึ่งอัตราดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่และเติบโตเร็วที่สุดของโลก โดยทำรายได้ต่อปีสูงกว่า 3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (Northern Arizona University, 2002: online) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญให้กับประเทศต่างๆ ในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะในประเทศด้อยพัฒนาที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและยังคงความสมบูรณ์อยู่มาก

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่พึ่งพารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2548 ไว้สูงถึง 7.97 แสนล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 4.50 แสนล้านบาท และตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ 3.47 แสนล้านบาท (Tourism Authority of Thailand, 2005: Online) หากพิจารณาในเชิงเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่เข้ามาช่วยชดเชยปัญหาการขาดดุลการค้า และช่วยในการพัฒนาประเทศในหลายๆ ด้านแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังจัดเป็นธุรกิจที่ลงทุนต่ำแต่ได้รับผลตอบแทนสูง โดยอัตราผลตอบแทนที่ได้รับอาจสูงถึงหลายสิบเท่าของเงินลงทุนเลยทีเดียว ตัวอย่างที่สะท้อนผลตอบแทนที่คุ้มค่าอย่างยิ่งของธุรกิจท่องเที่ยว คือ ผลตอบแทนจากการจัดงานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับของจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเวลาเพียงแค่ 3 วัน สามารถสร้างรายได้มากถึง 105 ล้านบาท ซึ่งหมายความว่า ทุกเงินลงทุน 1 บาท จะได้รับผลตอบแทนประมาณ 20 บาท (เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช, 2535: บทคัดย่อ อ้างถึงใน มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2537: ออนไลน์)

ผลตอบแทนมหาศาลของธุรกิจการท่องเที่ยวผลักดันให้ภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยได้ปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิมที่มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงอย่างเดียวมาสู่การให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยควบคู่กันไป ซึ่งภาครัฐได้ดำเนินการอย่างจริงจังด้วยการกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เป็นครั้งแรกในปี 2546 (เบญจวรรณ วงศ์คำ, 2547 ก.: ออนไลน์) โดยในระดับนานาชาติตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) พร้อมๆ กับเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย” (Center of Excellent Health Care of Asia) ภายในปี

2551 (ทีมข่าวเศรษฐกิจ, 10-13 กุมภาพันธ์ 2548: 39-40) ส่วนในระดับประเทศมีการณรงค์ส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ดังปรากฏเป็นโครงการต่างๆ มากมาย อาทิ โครงการไทยเที่ยวไทย, โครงการ Unseen Thailand, โครงการเที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้, โครงการวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา และโครงการดินแดนแห่งความรื่นรมย์ (Happiness of Earth) ซึ่งได้กำหนดเป็นแผนระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2548-2551) ทั้งนี้ ตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็น 81 ล้านคนและสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็น 5.5 แสนล้านบาท (เบญจวรรณ วงศ์คำ, 2547 ข.: ออนไลน์)

แนวนโยบายดังกล่าวได้รับการตอบรับจากภาคเอกชนอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกแขนงต่างพากันขยายธุรกิจและขอขยายการให้บริการธุรกิจท่องเที่ยวให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งภาคธุรกิจที่มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับวิถีการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากของนักท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัด คือ ธุรกิจสถานพักผ่อน ซึ่งแต่เดิมมีรูปแบบของบริการให้เลือกไม่มากนัก แต่ปัจจุบันทางเลือกของนักท่องเที่ยวเปิดกว้างมากขึ้น เมื่อผู้ประกอบการพยายามตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าด้วยการนำเสนอบริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ไปจนถึงเกสต์เฮาส์ หรือเดย์พักรoom ซึ่งมีระดับราคาให้เลือกอย่างหลากหลาย พร้อมๆ กับนำเสนอบริการหรือจุดขายเฉพาะที่แตกต่างออกไปเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

แนวทางดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ปัจจัยด้านราคาไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจบริโภคเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป ดังจะเห็นได้จากกรณีที่มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งยินดีจ่ายราคาสูงขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่ดีกว่าหรือแตกต่างกว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในลักษณะดังกล่าวนำไปสู่การขยายตัวและปรับตัวของธุรกิจสถานพักผ่อนในลักษณะที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งธุรกิจบริการห้องพักแบบรีสอร์ทเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากห้องพักในรูปแบบของรีสอร์ทมีจุดเด่นตรงที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการสถานพักผ่อนที่ประสงค์จะลงทุนในธุรกิจบริการห้องพักแบบรีสอร์ทจึงให้ความสำคัญกับการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของสถานพักผ่อนประเภทนี้ในบริเวณที่มีความโดดเด่นอย่างชัดเจนในเรื่องของทัศนียภาพเฉพาะ เช่น ริมหาด (Seaside or Beach Resort) ภูเขา (Mountain Resort) ตามชนบท (Country Resort) เป็นต้น เนื่องจากเป็นจุดขายสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในธุรกิจสถานพักผ่อนเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการคัดเลือกสถานที่อย่างรอบคอบ เพื่อให้การลงทุนเป็นไปอย่าง

คุ่มค่าและมีระยะเวลาในการคืนทุนในระดับที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจสถานพักผ่อนประเภท รีสอร์ทในประเทศไทยพบว่า ผู้ประกอบการนิยมลงทุนสร้างห้องพักประเภทรีสอร์ทริมชายหาดมากที่สุด (สุรณี ศรีจันทร์, 2526: 119) ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะโอกาสในเชิงการตลาดของรีสอร์ทริมชายหาดสามารถทำรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้มากกว่า เนื่องจากสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งแตกต่างจากรีสอร์ททะเลภูเขา หรือตามชนบท ซึ่งเหมาะสำหรับการเดินทางไปพักผ่อนเฉพาะในช่วงฤดูหนาวมากกว่า

แม้ว่าสภาพความงดงามทางธรรมชาติของทำเลที่ตั้งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อโอกาสทางการตลาดของธุรกิจบริการห้องพักในรูปแบบรีสอร์ท แต่องค์ประกอบอื่นๆ ก็มีส่วนสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ไม่ว่าจะเป็นระยะทาง รูปแบบของการคมนาคมในการเข้าถึง อัตราค่าครองชีพ ความหลากหลายของกิจกรรมสันทนาการ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นทางเลือกของการลงทุนที่คุ่มค่าของผู้ประกอบการธุรกิจสถานพักผ่อนประเภทรีสอร์ทริมชายหาดจึงไม่ได้จำกัดวงแคบอยู่เฉพาะในจังหวัดชายทะเลที่มีชื่อเสียงอย่างจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรีเท่านั้น หากจังหวัดชายทะเลต่างๆ ล้วนมีศักยภาพและความโดดเด่นเฉพาะของตนเองเช่นกัน ขึ้นอยู่กับภาครัฐและผู้ประกอบการจะสามารถดึงจุดเด่นหรือความได้เปรียบเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด

เมื่อประมวลศักยภาพและโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจสถานพักผ่อนประเภทรีสอร์ทริมชายหาดในประเทศไทยจะพบว่า จังหวัดตราดเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจไม่ด้อยไปกว่าจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากเมื่อประเมินองค์ประกอบอื่นๆ ควบคู่กันไปจะเห็นว่า จังหวัดตราดเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งที่น่าสนใจในสายตาของนักท่องเที่ยว เนื่องจากตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 315 กิโลเมตร ที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้ทั้งทางรถยนต์ และเครื่องบิน ประกอบกับเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวในสภาพที่เป็นธรรมชาติหลากหลายกระจายอยู่ทั้งบริเวณเกาะช้างและพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งภูเขาสูง แหล่งน้ำตกที่สวยงาม ป่าชายเลนที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ หาดทรายที่สวยงาม ทะเลที่สวยงามใสสะอาดอุดมด้วยปะการังและสัตว์ทะเลสวยงามหลากชนิด ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นแหล่งปะการังน้ำตื้นที่สวยงามที่สุดของอ่าวไทยตอนใน นอกจากนี้สถานการณ์การท่องเที่ยวทางทะเลภายหลังเหตุการณ์คลื่นสึนามิมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้จังหวัดตราดเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งอ่าวไทยแทนฝั่งอันดามันเนื่องจากวิตกกังวลในเรื่องของความปลอดภัย

ด้วยลักษณะทางกายภาพที่เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลส่งผลให้จังหวัดตราดเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่จังหวัดตราดเฉพาะบริเวณเกาะช้างมีสถานพักผ่อนไว้บริการแก่

นักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 112 แห่ง มีห้องพักรองรับมากถึง 3,620 ห้องพัก (ข้อมูล ณ มิถุนายน พ.ศ. 2547) ซึ่งในจำนวนนี้จำแนกเป็นที่พักแบบรีสอร์ททุกระดับราคา จำนวน 42 แห่ง (สำนักงานการท่องเที่ยวภาคกลาง เขต 5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547: 35-39) ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นภาพการเติบโตของธุรกิจบริการห้องพักแบบรีสอร์ททบนเกาะช้างที่ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม โอกาสทางธุรกิจของสถานที่พักประเภทรีสอร์ทไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแต่ความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งเพียงอย่างเดียว เนื่องจากธุรกิจบริการห้องพักในรูปแบบรีสอร์ทเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะตัวที่แตกต่างจากการให้บริการของโรงแรมทั่วไป รวมทั้งมีส่วนประสมการตลาดจำเพาะที่แตกต่างไปจากธุรกิจบริการห้องพักรูปแบบอื่น เช่น การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การจัดหากิจกรรมสันทนาการให้สอดคล้องกับบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสถานที่ ฯลฯ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดหาไว้รองรับเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้มาใช้บริการในระดับที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางกลับมาเยือนซ้ำ หรือบอกต่อไปยังผู้อื่นจึงจะถือว่าประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างแท้จริง ด้วยเป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคาไม่ใช่อุปสรรคสำหรับการบริโภคอีกต่อไป จากการตอบรับของผู้ใช้บริการรีสอร์ทส่งผลให้แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจรีสอร์ทดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและมีการแข่งขันในเชิงการตลาดอย่างรุนแรง โดยเฉพาะรีสอร์ทระดับราคาสูงที่ฐานลูกค้าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่เหนือกว่าหรือประทับใจมากกว่าส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของตนเองเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ด้วยตระหนักในความสำคัญของข้อสนเทศและองค์ความรู้ที่จะได้รับจากการศึกษาในหัวข้อนี้ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงแนวทางการวางแผนการพัฒนาธุรกิจบริการห้องพักประเภทรีสอร์ททบนเกาะช้าง จังหวัดตราดให้เป็นอย่างสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ พร้อมกับเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานให้แก่ทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแขนงอื่นๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตราดในทิศทางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเงื่อนไขทางธุรกิจของผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและรสนิยมของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

สมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงแตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกพักและความพึงพอใจต่อบริการของรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

2. ขอบเขตประชากร

สำหรับการศึกษานี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการห้องพักแบบรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม 2548

3. ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. คุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของรีสอร์ทระดับราคาสูง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านหุ้นส่วนทางธุรกิจ และ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ

3. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

นิยามศัพท์

รีสอร์ตระดับราคาสูง หมายถึง สถานที่พักรีสอร์ทสำหรับนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่มีทำเลที่ตั้งในลักษณะที่เป็นธรรมชาติ เช่น ริมชายหาด บริเวณเชิงเขา ริมหน้าผา โดยมีระยะห่างจากชายหาดต่างๆ ไม่เกิน 300 เมตร โดยมีการจัดหรือคงลักษณะทางกายภาพหรือสภาพแวดล้อมแบบธรรมชาติให้มากที่สุด พร้อมกับจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้ใช้บริการอย่างครบครัน โดยมีอัตราค่าเข้าพักต่อห้องต่อคืนตั้งแต่ 2,000 บาท ขึ้นไป สำหรับในกรณีที่รีสอร์ตใดมีอัตราค่าเข้าพักขั้นต่ำน้อยกว่า 2,000 บาท แต่มีอัตราค่าเข้าพักสูงสุดเกิน 2,000 บาท ขึ้นไปจะพิจารณาเข้าเป็นรีสอร์ตระดับราคาสูงได้ หากมีอัตราส่วนของห้องพักระดับราคาต่ำกว่า 2,000 บาท น้อยกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนห้องพักทั้งหมด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในสถานพักรีสอร์ทประเภทรีสอร์ต ซึ่งประกอบด้วย 8 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย, ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ, ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านหุ้นส่วนทางธุรกิจ และ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานบริการ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ใช้บริการรีสอร์ตระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด

คุณลักษณะทางประชากร หมายถึง คุณลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการศึกษานี้กำหนดไว้ 6 คุณลักษณะ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิลำเนา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ตระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้วางแผนกลยุทธ์การตลาด และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจรีสอร์ตระดับราคาสูงในระดับประเทศและระดับนานาชาติต่อไป

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานพักผ่อนประเภทรีสอร์ทระดับราคาสูง เพื่อนำไปวางแผนปรับปรุงบริการต่างๆ ให้ได้มาตรฐานและเป็นທີ່พอใจของผู้ใช้บริการต่อไป

3. เพื่อประเมินแนวโน้มของโอกาสในการเดินทางกลับมาใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูง ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการในการประเมินแนวโน้มในเชิงการตลาดและการวางแผนขยายธุรกิจรีสอร์ทระดับราคาสูงให้เป็นที่ไปอย่างถูกต้องและมั่นคงมากยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved