

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

เตือนใจ ศรีชนะ^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพัทยา จำนวน 385 คนเลือกผู้ตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญ ใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.4 มีอายุช่วง 20 – 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายระหว่าง 10,001–20,000 บาท โดยภาพรวมของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาทั้ง 6 ด้านนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันจะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา รายได้ และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันจะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบรายคู่โดย Scheffe พบว่าแตกต่างกันบางด้าน ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สภาพแวดล้อม และการจราจร

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่พักแรม เมืองพัทยา

^{1*}หัวหน้าสาขาการจัดการโรงแรม วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้พิมพ์หลัก e-mail : tuaenjo1.sr@spu.ac.th

FACTOR OF THAILAND TOURISTS OF CHOOSING ACCOMMODATION IN PATTAYA CITY

Tuaenjai Srichada^{1*}

Abstract

The purpose of this research were to study the factors of Thai tourists in deciding that Pattaya accommodations. Secondly, it aims to compare demographic with these factors. The target group includes Thailand tourists about 385 people, sampling and questionnaire respondents selected accident sampling Statistics and data analysis used both Descriptive and Inference Statistics. The findings are summarized below. The sample of mostly male, 51.4 percent of respondents age range for most 20-30 years, most private business job and has income between 10,001 – 20,000 Baht/month. An overview of the factors in the decision to choose a hotel in the inner side of the six types, found that the most important part.

Hypothesis testing found that personal factors: sex and age aspects of tourists, a different decision at the hotel in Pattaya, Chonburi, overall there was no difference between the personal factors related to education, income and occupation of tourists from Thailand, a different decision at the hotel in Pattaya, overall, different significant at the 0.05 level when performing a pair test by Scheffe method found to vary certain aspects. Entrepreneurs should maintain a standard and service quality, should focus on the safety of life and property of tourists, environment and should take care of the traffic.

Keywords :Thailand Tourist, Accomodation, Pattaya

¹ Head of Hotel Management, College of Tourism and Hospitality Sriprathum university

* Corresponding author, e-mail: tuaenjaisr@spu.ac.th

บทนำ

ตามป
เทียน
กลาย
ตะวัน
ใบไท
จุดเร
ท้องเ
สถาน
บ้านค

ฉัตรเกษ
ทเม
เกษ

เมื่อ
เซอร์
ให้การ
ต่างปะ
โครงส
การค้
เป็นก
การเก
ขนาด
รองรั
เดริช
ที่ฟัก
ปัญหา
ระดับ
(ประ

นักทอ
ปรับปร

deciding
factors.
lonnaire
criptive
y male,
job and
decision
cart.
urists, a
etween
ailand,
el when
: should
erty of

บทนำ

เมืองพัทยาดังอยู่ในเขตอำเภอบางละมุง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน ตามประวัติเล่าว่า พระเจ้าตากสินได้ตีฝ่าวงล้อมพม่ามารบรวบพลที่ฝั่งตะวันออก และได้หยุดพักแรมที่นาจอมเทียนและทุ่งไก่อี้สัตหีบ ซึ่งภายหลังชาวบ้านเรียกตำบลนี้ว่า "ทัพพระยา" ต่อมาเรียกใหม่เป็น "ทัพยา" และกลายเป็น "พัทยา" ในที่สุด บางคนก็เล่าว่า "พัทยา" มาจากชื่อของลมทะเล ที่พัดจากตะวันออกเฉียงใต้ไปตะวันตกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน ในปี พ.ศ. 2504 ระหว่างสงครามเวียดนาม ทหารอเมริกันได้เข้ามาตั้งฐานทัพในไทย และได้มาพักผ่อนเข้าบ้านพักตากอากาศที่หาดพัทยาหมู่บริเวณผลัดเปลี่ยนเป็นประจำ กลายเป็นจุดเริ่มต้นของสถานที่พักตากอากาศชายทะเลอันมีชื่อเสียงต่อ ๆ มา เมืองพัทยานั้นเหมาะแก่การเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ เพราะอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และใช้เวลาเดินทางเพียงชั่วโมงเศษ ๆ และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลายประเภท เช่น ทะเล ชายหาด สวนสนุก พิพิธภัณฑ์ กีฬาท่างน้ำ นานาชนิด ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น (เมืองพัทยา, 2016)

ปัญหาอย่างหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ปัญหาภาวะห้องพักรงแรมล้นตลาดเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่จะพักแรมในรูปแบบอื่นๆ แทนโรงแรมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (วิธาน เจริญผล, 2554) ปัญหาจำนวนห้องพักรงแรมมากเกินความต้องการเริ่มเห็นชัดตั้งแต่วิกฤติเศรษฐกิจปี 2551 เป็นต้นมา

จากจำนวนลูกค้าเข้าพักยังคงไม่ฟื้นตัวกลับมาระดับเดิม อย่างไรก็ตามจำนวนห้องพักรงแรมดูเหมือนจะยังไม่เกินความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งสงครามราคาทำให้ธุรกิจโรงแรมหันมาลงทุนในธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มากขึ้น เพื่อไม่ให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ การเติบโตของตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ส่งผลให้การปรับเพิ่มราคาห้องพักรงแรมทำได้ยากขึ้น และปัจจุบันราคาห้องพักรงแรมของไทยต่ำมาก ถ้าเทียบกับต่างประเทศ เช่น ราคาที่พักเฉลี่ยที่พัทยา ปี 2558 ที่ระดับราคา 2,110 บาท ปี 2557 อยู่ที่ 2,312 บาท โครงสร้างราคาที่ต่ำและการปรับเพิ่มราคาได้ยากนี้จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมซึ่งปกติมีต้นทุนการดำเนินงานสูง จนส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมบางแห่งหันมาลงทุนในส่วนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอมารี กลุ่ม MINT (วิธาน เจริญผล, 2554) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในระดับสูงกว่า ท่ามกลางแนวโน้มที่เซรโรงแรมขนาดใหญ่ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มโรงแรมระดับสามดาวมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนและเตรียมพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของฐานนักท่องเที่ยวระดับกลาง จึงมีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการเตรียมปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมขนาดกลางและเล็ก นอกจากนี้ปัญหาที่พักแรมที่ไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการอีก จึงก่อให้เกิดปัญหาสำหรับธุรกิจที่พักแรม และจะเกิดผลกระทบกับสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน เศรษฐกิจในชุมชน อาจไปถึงระดับประเทศได้ แม้ว่าจำนวนที่พักแรม ประเภท และระดับของที่พักแรมของเมืองพัทยาจะมีหลากหลายก็ตาม (ประชาชาติธุรกิจ, 2558)

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรม และนำผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับที่พักแรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐ องค์กรชุมชน และเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นให้ได้ประโยชน์สูงสุด
2. ผลงานวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ใกล้เคียงกันได้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา โดยรูปแบบการเข้าพักเลือกศึกษาเฉพาะ โรงแรม และรีสอร์ท
2. ขอบเขตด้านประชากร
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เขตปกครองพิเศษพัทยา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,600,000 คน ในปี 2557 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)
3. ขอบเขตด้านเวลา
ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยเป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 – เมษายน 2558

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักแรมแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวนประมาณ 2,600,000 คน
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) จะใช้สูตรของ (Weiers 2005) ดังนี้

เมืองพญา
พ่องเทียว

$$n = \left[\frac{\sigma^2}{\frac{e^2 + \sigma^2}{Z^2 + N}} \right]$$

แนวทางใน

จะได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ $\pm 10\%$ ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไป จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายเปิด และปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ และเป็นคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปัจจัยในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะแสดงระดับการมีส่วนร่วม โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ชาวไทยใน

หมายเลข 5	หมายถึง	ให้ความสำคัญมากที่สุด
หมายเลข 4	หมายถึง	ให้ความสำคัญมาก
หมายเลข 3	หมายถึง	ให้ความสำคัญปานกลาง
หมายเลข 2	หมายถึง	ให้ความสำคัญน้อย
หมายเลข 1	หมายถึง	ให้ความสำคัญที่ต่ำสุด

การแปลผลคะแนน จะใช้การตัดสินแบบอิงเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 5 ระดับ

4.21 - 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	สำคัญมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	สำคัญน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

โครงการพิเศษ
นันทนาการ

แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เดินทางมา

จากโรงเรียน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ใช้การทดสอบความตรงตามเนื้อหาด้วย (Content Validity) IOC (สวีสล ดิรกันันท์, 2551) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน (Subject Matter Specialists) ทำการตรวจสอบข้อคำถามโดยการแสดงความเห็นเป็นรายชื่อ การตรวจสอบและประเมินคุณภาพของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยค่า IOC ของแบบสอบถามจะใช้ ค่า $IOC \geq 0.6$ ขึ้นไปซึ่งคำถามข้อนั้นจะวัดได้ผลกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจะนำไปมาดำเนินการวิจัยต่อไป และนำแบบสอบถามไป (Try out) กับผู้ตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรในการศึกษา แต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Cronbachs' Alpha Coefficient ที่ 0.82 และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, One way ANOVA และ Scheffe's Method มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 51.4 และส่วนใหญ่อายุช่วง 20 - 30 ปีร้อยละ 34 รองลงมาอายุ 31-40 ปีร้อยละ 27.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54 รองลงมา ประถมศึกษาร้อยละ 47 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนร้อยละ 45.2 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 37.4 มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 67.8 รองลงมาช่วง 10,001-20,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 17.1

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการตัดสินใจเลือกที่พักในเขต พัทยา ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ($\bar{X} = 4.11$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 รองลงมาด้านการคมนาคม ($\bar{X} = 4.07$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 และด้านความสะดวกในการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.00$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96

หากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 4.11$) นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยสถานที่พักอยู่ในแหล่งชุมชน ($\bar{X} = 4.50$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 รองลงมาสถานที่พักสามารถมองเห็นชัดเจน ($\bar{X} = 4.11$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ด้านการคมนาคม มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 4.07$) นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยสถานที่พักมีรถประจำทางผ่าน ($\bar{X} = 4.04$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.79$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยที่เน้นโรงแรมราคาที่เหมาะสมหรือราคาถูก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ($\bar{X} = 3.95$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91

ด้านบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 3.75$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยสถานที่พักติดกับทะเล ($\bar{X} = 4.07$) และ สถานที่พักมีความเงียบสงบ ($\bar{X} = 4.01$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79

ด้านความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 4.00$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยความสะดวก ($\bar{X} = 4.20$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 รองลงมามีลานจอดรถ ($\bar{X} = 4.07$) และ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 และมีลิฟท์ขนส่ง ($\bar{X} = 4.00$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96

ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X} = 4.17$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พักจากปัจจัยมีกล้องวงจรปิด ($\bar{X} = 4.65$) และ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 และสถานที่ตั้งมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.17$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77

พัทยานา

ตารางที่

1

1. ด้าน

สถ

สถ

ท่องเที่ยว

สถ

ชัดเจน

2. ด้าน

สถา

สถา

รถไฟ/เร

3. ด้านร

เน้นโ

อำนวยความสะดวก

เน้นโ

และมีสิ่งร

จำเป็น

4. ด้านบ

สถานที่

สถานที่

สถานที่

ระวาง

สถานที่

สถานที่

แหล่งท่องเ

การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกันจะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพื้นที่เมือง
พหุวิทยาแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยในการเลือกที่พัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	n = 198		n = 187			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม						
สถานที่พักอยู่ในแหล่งชุมชน	3.59	0.87	3.83	0.93	-2.6	0.01
สถานที่พักอยู่ใกล้กับแหล่งที่ ท่องเที่ยว	4.07	0.69	4.16	0.74	-1.3	0.20
สถานที่พักสามารถมองเห็น ชัดเจน	4.32	0.9	4.39	0.83	-0.82	0.42
2. ด้านคมนาคม						
สถานที่พักมีรถประจำทางผ่าน	3.70	0.89	3.87	0.86	-1.96	0.05
สถานที่พักอยู่ใกล้กับ สถานี รถไฟ/รถโดยสาร/สนามบิน	3.96	0.80	4.07	0.78	-1.36	0.17
3.ด้านราคา						
เน้นโรงแรมราคาสูง และมีสิ่ง อำนวยความสะดวกครบครัน	3.98	0.88	3.90	0.95	0.87	0.38
เน้นโรงแรมราคาที่เหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็น	4.09	0.86	4.05	0.85	0.37	0.71
4. ด้านบรรยากาศ						
สถานที่พักติดกับทะเล	3.72	0.96	3.87	1.01	-1.38	0.17
สถานที่พักติดกับภูเขา	3.49	1.01	3.32	1.14	1.54	0.13
สถานที่พักมีเสียงผู้คนใน ระแวก	3.72	1.09	3.78	1.06	-0.49	0.63
สถานที่ท่องเที่ยว						
สถานที่พักเงียบสงบห่างจาก แหล่งท่องเที่ยว	4.06	0.92	4.09	1.04	-0.36	-0.04

ปัจจัยในการเลือกที่พัก	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	n = 198		n = 187			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
5. ด้านความสะดวกในการใช้บริการ						
มีลานจอดรถ	3.95	0.86	3.95	0.94	0.09	0.93
มีร้านค้า / ติดกับร้านค้า	3.73	1.06	3.66	1.2	0.56	0.58
มีบริการรถเช่า	4.13	0.93	4.28	0.91	-1.57	0.12
มี wifi บริการ	4.01	0.86	4.16	0.89	-1.69	0.09
มีลิฟท์บริการ	4.64	0.67	4.66	0.64	-0.24	0.81
6. ด้านความปลอดภัย						
มีกล้องวงจรปิด	3.68	0.83	3.92	0.93	-2.65	0.01
มีรปภ. ตลอด 24 ชม.	4.11	0.71	4.22	0.82	-1.45*	0.15
สถานที่ตั้งมีความปลอดภัย	4.06	0.9	4.04	0.92	0.2	0.85
รวม	75	6.55	76.23	7.44	-1.69	0.92

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในพื้นที่เมืองพัทยา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันในข้อมี รปภ. ตลอด 24 ชม. อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ รายได้และการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันจะมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรม และด้านบรรยากาศ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe พบว่า ด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรมนักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 20 ปี จะเลือกที่พักแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอายุ 20-30 ปี และด้านบรรยากาศ นักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 20 ปี จะเลือกที่พักแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอายุ 31-40 ปี และ 51 ปีขึ้นไป

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาต่างกันจะมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรม และด้านบรรยากาศ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe พบว่า ด้านบรรยากาศ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจะแตกต่างกับไม่ได้ศึกษา และระดับปริญญาตรีขึ้นไป ระดับปริญญาตรีจะแตกต่างกับระดับปริญญาตรีขึ้นไป

P		
		ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพญาของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีการอาศัยพักแรม โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่านักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีอาชีพต่างกันจะมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพญาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรม ด้านบรรยากาศ และด้านความสะดวกในการใช้บริการ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe พบว่า ด้านบรรยากาศ นักท่องเที่ยวยาวที่ประกอบอาชีพรับราชการจะเลือกที่พักที่แตกต่างกับพนักงานเอกชนและผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชนและผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะแตกต่างกับราชการ
0.93		ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพญาของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน โดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่านักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีรายได้ต่างกันจะมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพญาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรม ด้านบรรยากาศ และด้านความปลอดภัย จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe พบว่า ด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรม ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับผู้มีรายได้ช่วง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนและผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และผู้มีรายได้ช่วง 5001 – 10000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับผู้มีรายได้ช่วง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนและผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน
0.58		ด้านบรรยากาศ นักท่องเที่ยวยาวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับผู้มีรายได้ช่วง 5001 – 10,000 บาทต่อเดือน ผู้มีรายได้ช่วง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับทุกช่วงรายได้ ผู้มีรายได้ช่วง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับผู้มีรายได้ช่วง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือนและผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนและผู้มีรายได้ช่วง 5001 – 10000 บาทต่อเดือนจะแตกต่างกับผู้มีรายได้ช่วง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนและผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน
0.12		
0.09		
0.81		
0.01		
* 0.15		
0.85		
† 0.92		

กัน จะตัดสินใจ
มาประเด็นย่อย
ระดับ 0.05
ารตัดสินใจเลือก
ปฏิเสธสมมติฐาน
เลือกที่พักแรมใน
าแรม และด้าน
เที่ยวอายุต่ำกว่า
อายุต่ำกว่า 20 ปี

ษาต่างกัน โดย
ยที่มีการศึกษา
ลิตีที่ระดับ 0.05
ffe พบว่า ด้าน
ปริญญาตรีขึ้นไป

สรุปและอภิปรายผล

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุช่วง 20 – 30 ปี ร้อยละ 34 มีระดับการปริญญาดัร้อยละ 54 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนร้อยละ 45.2 มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 67.8

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพญาของนักท่องเที่ยวยาวไทย ให้ความสำคัญด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อสถานที่พักอยู่ในแหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) ด้านการคมนาคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อสถานที่พักมีรถประจำทางผ่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อเน้นโรงแรมราคาที่เหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) ด้านบรรยากาศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อ สถานที่พักติดกับทะเล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) ด้านความสะดวกในการใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ด้านความปลอดภัยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในข้อมีกล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$) ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจในเรื่องที่ตั้งของโรงแรมที่

เดินทางสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน สภาพแวดล้อมเหมาะสม ปลอดภัย และควรใช้จุดนี้เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขยาย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อธิชัย ทองไพบูลย์ (2552) เรื่องความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เพียงพิศ เรือนแปง (2551) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณและคณะ (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และมีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของกรรณเกษม วสันตวิษุวัต (2551) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทและมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้นผู้ประกอบการต้องจัดการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพศชาย และใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นความทันสมัยความสะดวกสบายในการเข้าพักและเดินทาง

ปัจจัยในการเลือกที่พัก ด้านสถานที่ตั้งของที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2554) ได้กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวที่จะทำการเลือกสถานที่ให้บริการที่สร้างสภาพแวดล้อม บรรยากาศที่ดี ด้านราคา ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เพียงพิศ เรือนแปง (2551) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของราคาต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะที่พักและการบริการ กับราคาของที่พัก

ด้านบรรยากาศ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ทิพย์รัตน์ คงสุนทรภักกุล และคณะ (2552) เรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปวัยเกษียณอายุ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปวัยเกษียณอายุ คือ ด้านรูปแบบและการบริการ ให้ความสำคัญมากที่สุดบรรยากาศบริเวณที่พัก ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2553) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในเรื่องของความสะดวกของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านความปลอดภัย ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ดวงกมล กุลทอง (2554) เรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เน้นเรื่องความปลอดภัยของที่พักและทรัพย์สิน

ด้านการคมนาคม ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกที่พักในเขตพัทยามีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ชลัดดา สวนพรหม (2551) เรื่องปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก ที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในย่านธุรกิจศูนย์การค้า/อยู่ติดถนนสายหลักมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศและจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพัทยาโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อัครเดช เนตร

สุวรรณและคณะ เพชรบูรณ์

ปัจจัย ในเขตพัทยาใด: วิจัยเรื่องปัจจัย

ปัจจัย แรมในเขตพัทยา

ความต้องการใช้

ชลบุรี

ปัจจัย แรมในเขตพัทยา

ความสัมพันธ์:

พักรีสอร์ท อำเภอ

ราคาที่เหมาะสม

(2546) เรื่อง ส่

จัดการธุรกิจที่

การตลาดให้เว

กำหนดราคาให้

ของผู้ให้บริการ

การเข้าถึงบริ

ประเภทของส่

ผู้บริโภคจะเป็น

พยายามสร้างส

ความสะดวก ๔

ให้ความหมาย

นักท่องเที่ยวไ

อย่างสะดวกส

ข้อเสนอแนะ

ข้อ

1. และพึงพอใจ ใ

2. ความสำคัญกั

ความสะดวก

การบริการแล

ธในการส่งเสริม

รศึกษาวิจัยของ
จเลือกที่พักของ
่ยของ เพียงพิศ
หวัดเชียงราย มี
ะ (2555) เรื่อง
มีรายได้ 20,000
ระสมการตลาด
รายได้เฉลี่ยต่อ
จัดการส่งเสริม
้นความทันสมัย

ใจเลือกที่พักใน
ณีย์ (2554) ได้
ที่ดี ด้านราคา ที่
ับการศึกษาวิจัย
เข้ามาในจังหวัด
ะการบริการ กับ

คัญในระดับมาก
ารตัดสินใจเลือก
ือกโรงแรมที่พัก
ที่สุดบรรยากาศ
ักในเขตพัทยามี
ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
ด้านผลิตภัณฑ์ใน

มสำคัญในระดับ
ับบริการที่พักของ

าคัญในระดับมาก
อนักท่องเที่ยวชาว
ัดถนนสายหลักมี

ที่แตกต่างกัน จะ
อง อัครเดช เนตร

สุวรรณและคณะ (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัด
เพชรบูรณ์

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักแรม
ในเขตพัทยาโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ นิติพล ภูตะโชติ (2551) รายงานการ
วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พัก
แรมในเขตพัทยาโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ อิทธิชัย ทองใหญ่ (2552) เรื่อง
ความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัด
ชลบุรี

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พัก
แรมในเขตพัทยาโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ จิรัฐ ขวนชม และคณะ (2556)
ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่
พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง สถานที่ตั้ง ระดับ
ราคาที่เหมาะสม ความปลอดภัยและบรรยากาศที่พักซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ
(2546) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ การให้บริการธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจบริการ การบริหาร
จัดการธุรกิจที่พักแรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องกำหนดส่วนประสมทาง
การตลาดให้เหมาะสม รวมทั้งการพิจารณาด้านราคา โดยเปรียบเทียบระหว่างราคาและคุณภาพบริการ ควร
กำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ และด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ที่ตั้ง
ของผู้ให้บริการและความง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความง่ายในการ
เข้าถึงบริการนั้นมีใช้เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นสถานที่/
ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น ความปลอดภัยและความสะดวกให้กับ
ผู้บริโภคจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย และควรสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดย
พยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้าน
ความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น และสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้
ให้ความหมายของ ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง การประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวให้แก่
นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้
อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานคุณภาพของการบริการของโรงแรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมั่นใจ
และพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลถึงการแนะนำผู้อื่นต่อไป รวมถึงการกลับมาพักซ้ำของนักท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซึ่งให้
ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องโรงแรมที่มีระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกครบและมีบริการอื่น ๆ แบบครบวงจร ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องของคุณภาพ
การบริการและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

3. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในด้านความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีระบบที่สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักแรม เช่น กล้องวงจรปิดทุกจุดของโรงแรม เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในเมืองพัทยา เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติปัจจุบันมีเป็นจำนวนมาก และมีกำลังซื้อสูง
2. ศึกษาศึกษาปัจจัยในการเลือกที่พักแรมและเปรียบเทียบกับภาคอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรรณเกษม วสันตวิภูวด. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติกในจังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จิรัฐ ขวนชม และคณะ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย 8 (2), 23-35.
- ชลัดดา สานพรหม. (2551). ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก ที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในย่านธุรกิจศูนย์การค้า/อยู่ติดถนนสายหลักมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ดวงกมล กุลทอง. (2554). ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ศุภณ พริ่งประเสริฐ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ทิพย์รัตน์ คงสุนทรกิจกุล (2552). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปวัยเกษียณอายุ. (รายงานผลการวิจัย). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย. (รายงานผลการวิจัย).ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2558, 3 สิงหาคม). โรงแรมโซน “ภูเก็ต-พัทยา” สันตลัด ยอดจองไฮซีซั่นหอย-นายทุนไม่แคร์แห่งสร้างเพิ่ม. ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นจาก m.prachachat.net.
- เมืองพัทยา. (2559). ประวัติเมืองพัทยา. สืบค้น 3 สิงหาคม 2559, จาก www.pattaya.go.th
- เพ็ญพิศ เรืองแปง. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจบัณฑิต การจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย).
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2554). การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งแสงการพิมพ์.
- วิธาน เจริญผล. (2554). ปัญหาห้องพักโรงแรมสันตลัด ทำไม...และมีแนวทางแก้ไขอย่างไร. สืบค้น 3 สิงหาคม 2559, จาก www.scbeic.com

ศิริวรรณ เส

สำนักงานส

สุวิมล ติรภ

อัครเดช เน

อิทธิชัย ทอ

อิสรา ต้นต

Weier M f

ระบบที่สร้าง
เกมปลอดภัย

ในเมืองพัทยา

ในการ
ชีวิต

เกี่ยวกับการ
การบริการ

จังหวัด
ตัดสินใจใช้
เที่ยว,

ได้

วารสาร.

เมื่อ

หนองคาย.

ย-นายทุนไม่

จังหวัด
งราย).
ท์.
น 3 สิงหาคม

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปะทะวานิช และปริญญา ลักขิตานนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้น 3 กรกฎาคม 2558, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>
- สุวิมล ติรภานันท์. (2551). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัครเดช เนตรสุวรรณ, วงศ์ธิดา สุวรรณิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ 2 (2), 63-71.
- อิทธิชัย ทองไพบูลย์. (2552). ความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- อิสรา ตันตราภรณ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ของประชาชนในตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- Weier M Ronald. (2005). Introduction to Business Statistics, International Student Edition, (5th ed.,). Pennsylvania, USA: Duxbury Press, Thomson-Brooks/cole.