



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด
ของบริการที่พักในพัทยา

โดย

นางสาวพรพิมล ทับแก้ว

วันที่..... 3.0. 11.8. 2552.....
เลขทะเบียน..... 011726..... 212

ภพ.
910.921
พ 244 ต
ม.ค. ๕๕๓๗

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ.2552

**Thai tourists' satisfaction with the marketing mix factors of
the accommodation service at Pattaya**

By

Miss. Pompimon Tapkaew

**A Study Report in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication**

Faculty of Communication Arts

KRIRK UNIVERSITY

2009

มหาวิทยาลัยเกริก
คณะนิเทศศาสตร์
สารนิพนธ์

ของ

นางสาวพรพิมล ทับแก้ว

เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา


ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

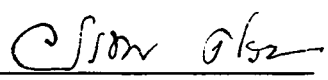
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 12 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

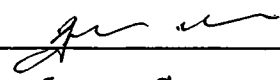
ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)


กรรมการสารนิพนธ์


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น)

กรรมการสารนิพนธ์


(อาจารย์มูทิตา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน
ชื่อผู้เขียน	ส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัยเกริก	นางสาวพรพิมล ทับแก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
ปีการศึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา มีวัตถุประสงค์คือ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีศึกษาเชิงปริมาณ คือ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อน 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance (F-test)

ผลการศึกษา พบว่า

(1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 45 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน/ธนาคาร และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท

(2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาพักที่พัทยา 3 ครั้ง เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมากับเพื่อน พักที่โรงแรม/รีสอร์ท รู้จักที่พักจากสื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อนญาติ) และเข้าพักที่พัทยาเป็นเวลา 2 คืน และตัดสินใจใช้บริการที่พักจากด้านราคาเป็นเหตุผลสำคัญ

(3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยานาภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านช่วงเวลามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่พัก ด้านราคา ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ด้านรายละเอียดที่พัก และด้านพนักงาน ตามลำดับ

(4) ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ความดีที่เข้าพัก และบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับบริการที่พักในพัทยานา ดังนี้

1. ด้านรายละเอียดที่พักอยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ควรเพิ่มเติมในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย และควรมีบริการด้านอื่นๆ เพิ่มเติมให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีรถบริการรับส่ง มีการขายบริการห้องพักพร้อมแพ็คเกจทัวร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

2. ด้านราคา ราคาที่พัก อาหารและเครื่องดื่มภายในที่พักรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมดีแล้ว ไม่ควรขึ้นราคาอีก

3. ด้านสถานที่พัก อยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ควรจัดบรรยากาศสถานที่พักให้มีความเป็นธรรมชาติ และมีความทันสมัย จะทำให้เกิดความน่าสนใจในการเข้าพักมากขึ้น

4. ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มในเรื่องของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ให้สถานที่พักเป็นที่รู้จัก โดยการทำการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โบรชัวร์ นิตยสารท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และให้ความสนใจกับลูกค้าประจำโดยการจัดกิจกรรมหรือมีของขวัญพิเศษให้ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการสถานที่พักอีกอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านพนักงาน ควรอบรมพนักงานด้านการให้บริการแบบมืออาชีพ มีกิริยาสุภาพ เรียบร้อยและบริการได้ประทับใจ

6. ด้านช่วงเวลา ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวีระ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ช่วยกรุณาให้คำปรึกษาด้านข้อมูลความรู้ในส่วน ของเนื้อหาการวิจัยต่างๆ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ใน การวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น และอาจารย์มูทิตา อารยะเศรษฐากร ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาและดูแลผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กรุณาให้ข้อมูลเพื่อการค้นคว้าวิจัย ด้วยความเต็มใจ ขอขอบคุณคุณภาวนา เลิศรัตนศิริกุลและคุณวัชรินทร์ ชมวิวัฒน์กุล ที่ให้ คำปรึกษาในการใช้โปรแกรม SPSS และขอบคุณเพื่อนๆ นิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารการ ท่องเที่ยวและบันเทิงที่ให้คำแนะนำและกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา คุณค่านวม - คุณคำตัน ทับแก้ว ที่ได้กรุณา สนับสนุนการศึกษา ให้ความรัก เวลาและเป็นกำลังใจให้ตลอดมาจนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จ ไปได้ด้วยดี

พรพิมล ทับแก้ว

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภูมิ	(8)
สารบัญแผนที่	(9)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาวิจัย	9
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.6 คำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พกประเภทต่างๆ	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจ โรงแรม	15
2.3 ทฤษฎีสวนผสมการตลาด	19
2.4 ทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์	19
2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์	24
2.6 ทฤษฎีเอสเจ็คตัวของสมควร	26
2.7 ทฤษฎีด้านความพึงพอใจ	27
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	33
2.10 สมมุติฐานในการวิจัย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีวิจัย	
3.1 ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสุ่มตัวอย่าง	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์	40
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	43
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	47
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน	54
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 การอภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	74
ภาคผนวก	76
ก - Internal Tourism in Pattaya	77
- สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2548	
- แผนที่เมืองพัทยา	
ข - รายชื่อประเภทที่พักในพัทยา	80
ค - แบบสอบถาม	92
บรรณานุกรม	98
ประวัติผู้วิจัย	101

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5 ลำดับแรกที่ชาวไทยไปเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่สำคัญ	6
2	ร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก	7
3	ร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรี จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 5 อันดับแรก	7
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	40
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	40
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	41
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	41
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	42
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่มาพัก	43
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีในการเดินทาง	43
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง	44
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของที่พัก	44
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของสื่อ	45
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการที่พัก	45
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ	46
17	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา	47
18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านรายละเอียดที่พัก	48
19	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านราคา	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านสถานที่พัก	50
21	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์	51
22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านพนักงาน	52
23	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านช่วงเวลา	53
24	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักของเพศชายและหญิง	54
25	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีอายุแตกต่างกัน	55
26	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีสถานภาพแตกต่างกัน	56
27	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	57
28	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีอาชีพแตกต่างกัน	58
29	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีรายได้แตกต่างกัน	59
30	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีความถี่ที่มาพักแตกต่างกัน	60
31	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีวิธีในการเดินทางแตกต่างกัน	61
32	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกัน	62
33	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีชนิดของที่พักแตกต่างกัน	63
34	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีชนิดของสื่อแตกต่างกัน	64
35	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีความถี่ที่ใช้บริการที่พักแตกต่างกัน	65
36	ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีเหตุผลแตกต่างกันในการใช้บริการที่พัก	66

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	แสดงร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก	5
2	แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายระบบไม่ผ่านคนกลาง	17
3	แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายระบบผ่านคนกลาง	18
4	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory	20
5	แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค	20
6	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	23

สารบัญแผนที่

แผนที่

แผนที่เมืองพัทยา
PATTAYA TOURIST MAP

หน้า

80

81

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หาดทรายที่ทอดยาวไปตามแนวชายฝั่งทะเลทางภาคตะวันออกของอ่าวไทย ซึ่งจัดได้ว่ามีความสวยงามอีกแห่งของประเทศไทยที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองหลวงมากนัก คงจะหนีไม่พ้นชายหาด "พัทยา" ที่พัทยานี้ ยังเป็นศูนย์รวมของสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรีให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการอย่างมากมาย เดิมที "พัทยา" เป็นเพียงชายหาดอันสงบเงียบ

พัทยาเป็นเมืองเก่าแก่ ตั้งอยู่ตรงอ่าวไทยทางภาคตะวันออกของประเทศ เมืองพัทยาตั้งอยู่ที่เส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101 องศาตะวันออก ตั้งอยู่บนฝั่งทางทิศตะวันออกของอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร และห่างจากสนามบินดอนเมืองประมาณ 160 กิโลเมตร มีชายหาดยาวประมาณ 15 กิโลเมตร อาณาเขต ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิง ปลาย ทิศตะวันออกขนานกับถนนสุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก 900 เมตร) ทิศใต้ จดเขตพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่ ทิศตะวันตก ขนานกับแนวฝั่งทะเล พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร พื้นดิน(เกาะล้าน) 53.44 ตารางกิโลเมตร พื้นน้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร เมืองพัทยาตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี เรียกกันสั้นๆว่า "เมืองชล" เป็นจังหวัดท่องเที่ยวชายทะเลตะวันออกที่มีชื่อเสียงมาช้านาน เป็นแหล่งเกษตรกรรมปลูกพืชเศรษฐกิจ ได้แก่ อ้อย มันสำปะหลัง และยางพารา รวมทั้งเป็นที่ตั้งท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง และแหล่งอุตสาหกรรมโรงงานที่สำคัญ ตามประวัติปรากฏหลักฐานว่า เมืองชลบุรีมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเป็นเมืองเล็กๆ หลายเมือง ได้แก่ เมืองบางทราย เมืองบางปลาสร้อย และเมืองบางพระ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้รวบรวมเมืองดังกล่าวเข้าด้วยกันเป็นจังหวัดชลบุรี ซึ่งพัทยาแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ หาดจอมเทียน เพื่ออำนวยความสะดวกและจัดระเบียบในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัย และนอกเหนือจากเนื้อที่บนฝั่งแล้ว เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก ซึ่งอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร ก็ยังรวมอยู่ในเขตการปกครองของเมืองพัทยาด้วย เมืองพัทยามีประชากรประมาณ 170,760 คน ซึ่งอาชีพหลักของชาวพัทยา ได้แก่ การเกษตร ธุรกิจ ค้าขาย อาชีพรองได้แก่ การประมง รับจ้าง

1. พัทยาเหนือ (นาเกลือ) ที่นาเกลือยังคงมีบ้านเรือนเก่าๆ ที่ทำด้วยไม้ ถนนสายแคบๆ ร้านก๋วยเตี๋ยวท้องถิ่น และเรือหาปลา บรรดาบ้านเรือนที่สร้างอยู่เหนือแอ่งน้ำดูเหมือนกับภาพวาด พัทยาเหนือมีโรงแรมระดับห้าดาว คันไม้ร่มรื่น บรรยากาศค่อนข้างเงียบสงบ เมื่อเดินไปตามถนนก็จะพบกับร้านขายของหัตถกรรมซึ่งเป็นหัตถกรรมของท้องถิ่น แต่เมื่อไปถึงวงเวียนปลาโลมา ซึ่ง

เป็นสัญลักษณ์ของการเริ่มต้นถนนเลียบชายหาดอาณาเขตพัทยาเหนือ สิ่งแวดล้อมก็จะดูแตกต่างจากนาเกลือไปอย่างสิ้นเชิง บรรดาโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหารถูกสร้างขึ้นมากมายติดกับถนนเลียบชายหาด และที่นี่ยังสามารถเดินเล่นได้ร่มคันปาล์มไปตามทางเดินเท้าเลียบชายหาด ที่เพิ่งสร้างเสร็จไปยังส่วนของพัทยาที่เป็นที่รู้จักกันดีว่าถนนสองสายของพัทยา ซึ่งมีโรงแรม แหล่งช้อปปิ้ง คลับ บาร์ และสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวตั้งอยู่

2. พัทยากลาง โรงแรมส่วนมากไม่ได้มีขนาดใหญ่ ร้านอาหารต่างๆ ก็จะเล็กกว่าแถบอื่นๆ มีจุดเริ่มต้นของพัทยาบาร์เบียร์ หรือบาร์เปิด (Open Air) นอกจากนี้ยังมีร้านขายเสื้อผ้า และบาร์อะโกไค้มากมาย สำนักงานตำรวจพัทยาและสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองก็อยู่ที่นั่นเช่นกัน ที่นี่ยังมีตอรอกชอยเล็กๆ มากมาย โดยมีชอยไปรษณีย์ และชอยพัทยาแลนด์ 1,2 และ 3 เป็นหลัก สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวตั้งอยู่บนถนนพัทยาสาย 2 ใกล้กับโรงแรมแกรนด์ไฮแอท "วอล์กิ้ง สตรีท" ชอยต่างๆ สูดถนนสายสอง ซึ่งมีบาร์ ร้านอาหาร และร้านอุปกรณ์ดำน้ำเล็กๆ สองร้าน ที่นี่ยังมีโรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่เสนอราคาที่พักแบบสมเหตุสมผล

3. พัทยาใต้ ถนนพัทยาใต้โค้งมาจากถนนเลียบชายหาด แหล่งชุมชนแถบนี้ถูกเรียกว่า "วอล์กิ้ง สตรีท (Walking Street)" เขตเดินเท้านี้เพิ่งสร้างเสร็จเมื่อไม่นานนี้ จะนำนักท่องเที่ยวไปยังร้านค้าเล็กๆ มากมาย ซึ่งบริการ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายเครื่องกีฬา ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายของที่ระลึก ที่นี่ยังมีบาร์มากมาย และยังมีร้านอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นลงไปในทะเลเพื่อเพิ่มบรรยากาศในการรับประทานอาหาร ที่ชายหาดมีเก้าอี้ผ้าใบ เครื่องเล่นชายหาด ย่านศูนย์การค้า ร้านค้า ร้านอาหาร แหล่งบันเทิงยามราตรีพลุกพล่านมากในเวลากลางวัน มีแผงขายสินค้าริมทาง เช่น เสื้อผ้า นาฬิกา เครื่องประดับ ฯลฯ พัทยาใต้นั้นเก่าแก่และดูอุ่นกว่าส่วนอื่นๆ ของเมืองพัทยา หากต้องการไปพัทยาสายสองสามารถเดินทะเลดูโรงแรม สยามเบชอร์ (Siam Bayshore) และถนนอัฐจินดา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเขตแดนเมืองพัทยาใต้ เดินไปตามชอยเล็ก ๆ จะนำทางสู่ถนนพระตำหนักซึ่งเป็นด้านหลังของพัทยาและนำไปสู่ถนนพัทยาสายสอง

4. หาดจอมเทียนเป็นหาดทรายสวยงามทอดตัวเป็นแนวยาวอยู่ห่างจากพัทยาใต้ 4 กิโลเมตร ความถนนเลียบชายหาดหรือแยกขวาจากถนนสุขุมวิท ตรงกิโลเมตรที่ 150.5 เข้าไปอีก 2 กิโลเมตร ชายหาดมีความยาว 6 กิโลเมตร หาดจอมเทียนมีน้ำทะเลสะอาดเหมาะแก่การพักผ่อน เล่นน้ำ และเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น สกู๊ตเตอร์ วินเซิร์ฟ พาราเซลลิ่ง ภายในบริเวณหาดจอมเทียนมีที่พักและร้านอาหารไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวมากมาย จุดเด่นของเมืองพัทยา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีชื่อเสียงทางทะเลแห่งหนึ่งของประเทศ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนได้รับการกำหนดให้เป็นเมืองที่อยู่ในเขตพื้นที่การพัฒนาดำเนินโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีชายหาดที่เป็นหาด

ทรายเป็นแนวยาวต่อเนื่องกันถึง 15 กม. แสงแดดที่เหมาะสมต่อการอาบแดดรวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น น้ำทะเลใส เกาะ ภูเขา ลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม การคมนาคมสะดวก มีสถานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ จึงนับได้ว่าเมืองพัทยามีความเหมาะสมต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจเป็นอย่างยิ่ง ศักยภาพของเมืองพัทยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่นๆ ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของเมืองในอันที่จะเอื้อประโยชน์ ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญ ในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการบริหาร ซึ่งจุดเด่นอันเป็นข้อ ได้เปรียบของเมืองหรือศักยภาพของเมืองพัทยาซึ่ง ใคน่าน โยบายนี้อ้างอิงมาจากเทศบาลเมืองพัทยา พอดีสรุปได้ดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมี แนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
 2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชยกรรมระดับภาค
 3. เป็นศูนย์กลางการบริการ และท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)
 4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
 5. เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
 6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบอันเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุน และการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
 7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
 8. เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
 9. เมืองที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาและศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทั้งในระดับประเทศและระดับโลก
- (ธวัชชัย วงศ์กัณหา, 2548:28-31)

พัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พัทยาได้ชื่อว่าเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยม แสง สี เสียง ความบันเทิงในยามกลางคืน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาพักผ่อนที่พัทยามีหลายเชื้อชาติ ทั้งยุโรป อาทิ ชาวเยอรมัน ชาวอังกฤษ และนักท่องเที่ยวจากสแกนดิเนเวีย เช่น สวีเดน เดนมาร์ก นอกจากนี้พัทยา ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมจากคนในเอเชีย อาทิ ชาวเกาหลี จีนฮ่องกง ญี่ปุ่น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้พัทยาได้รับความนิยม ได้แก่ :

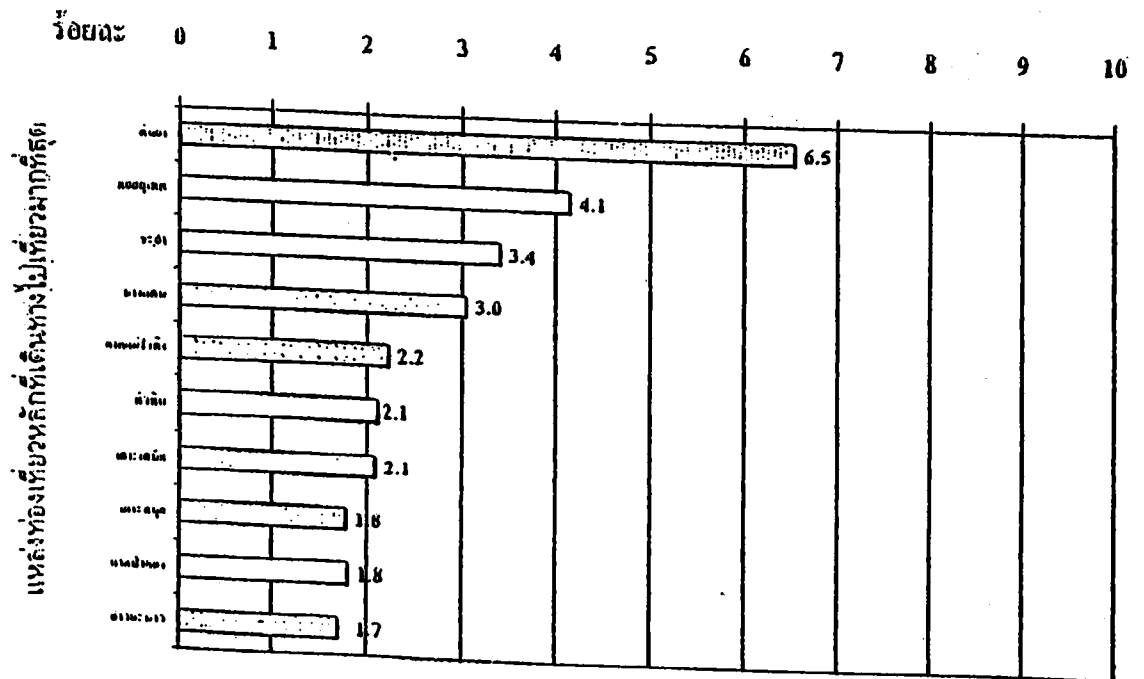
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน เช่น รถเช่า รถโดยสาร ร้านอาหาร ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ กีฬาทางน้ำ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสภาพเป็นเมือง มีร้านอาหาร สถานที่ซื้อสินค้า สวนสนุก สวนน้ำ ตลอดจนพิพิธภัณฑ์ทางทะเล เมืองจำลอง บ้านช้าง ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ
- ค่าครองชีพไม่แพงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ภูเก็ต หรือ เกาะสมุย
- การเดินทางสะดวก มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร โดยใช้เวลาเดินทาง เพียง 2-3 ชั่วโมง โดยทางรถยนต์

ทั้งนี้ลักษณะที่พักของพัทยา จะมีโรงแรมระดับ 3-5 ดาวตั้งอยู่ริมหาดพัทยาเหนือ และได้แต่สำหรับที่พักแบบพาร์ตเมนต์จะอยู่รอบนอกแคว้นนาเกลือและบางละมุง ส่วนเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่แถวหนองปรือ นาเกลือ และซอยโพธิสาร (พรมพัชร อธิธิโอภาสกุล,ปราโมทย์ รัตนปิติกรณ์ และวิไลลักษณ์ สำราญอยู่, 2546:130)

แหล่งท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว ครั้งสุดท้ายในรอบ ปี 2545 มากที่สุด

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวครั้งสุดท้ายในรอบปี 2545 ของชาวไทย แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไปเที่ยว 10 อันดับแรก ได้แก่

- | | |
|----------------|---------------|
| 1) พัทยา | 2) คอยสุเทพ |
| 3) ชะอำ | 4) บางแสน |
| 5) หาดแม่รำพึง | 6) หัวหิน |
| 7) เกาะเสม็ด | 8) เกาะสมุย |
| 9) หาดป่าตอง | 10) อ่าวมะนาว |



แผนภูมิที่ 1 แสดงร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวหลักที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก.

เมื่อพิจารณาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5 ลำดับแรก ที่ชาวไทยนิยมไปเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ ขอนแก่น เชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร ระยอง อุดรธานี หนองคาย ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี เป็นดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5 ลำดับแรก ที่ชาวไทยนิยมไปเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่สำคัญ

จังหวัด	แหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับแรก
ชลบุรี	พัทยา
	บางแสน
	หาดจอมเทียน
	สวนสัตว์เขาเขียว
	เกาะสีชัง
เชียงใหม่	ดอยสุเทพ
	ดอยอินทนนท์
	น้ำตกแม่กลาง
	น้ำตกแม่ยะ
	น้ำตกห้วยแก้ว
กรุงเทพมหานคร	วัดพระแก้ว
	สวนจตุจักร
	สวนสยาม
	ประตูนํ้า
	ศูนย์การค้ามาบุญครอง
ระยอง	เกาะเสม็ด
	หาดแม่รำพึง
	บ้านเพ
	หาดแม่พิมพ์
	แกลง
อุตรธานี	วัดป่าคำชะโนด
	วัดป่าบ้านตาด
	หนองหาร
	บ้านนาข่า
	บ้านเชียง

ตารางที่ 2 ร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลัก ที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก

แหล่งท่องเที่ยวหลัก	ร้อยละ
พัทยา	6.5
คอยสุเทพ	4.1
ชะอำ	3.4
บางแสน	3.0
หาดแม่รำพึง	2.2
หัวหิน	2.1
เกาะเสม็ด	2.1
เกาะสมุย	1.8
หาดป่าตอง	1.8
อ่าวมะนาว	1.7
อื่น ๆ	71.1
รวม	100.0

ตารางที่ 3 ร้อยละของชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรี จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวหลัก
ที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด 5 อันดับแรก

แหล่งท่องเที่ยวหลัก	ร้อยละ
พัทยา	58.2
บางแสน	27.2
หาดจอมเทียน	8.8
สวนสัตว์เขาเขียว	2.0
เกาะสีชัง	1.0
อื่น ๆ	2.8
รวม	100.0

(ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2545:30-32)

สถานการณ์การท่องเที่ยว พัทยา จ.ชลบุรี

สถานการณ์ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.54 จะเห็นได้ว่าผู้เยี่ยมชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวที่ใกล้เคียงกัน โดยแบ่งเป็นชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.34 และชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในพัตยาน่าจะมาจากผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิในฝั่งทะเลอันดามันต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวม ซึ่งนักท่องเที่ยวบางส่วนมีการเปลี่ยนแปลงเส้นทางเข้ามาท่องเที่ยวในพัตยาแทนประกอบกับภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ งาน Pattaya International Music Festival 2005 จัดประเพณีแข่งควายบก งานพัตยาสปอร์ตเฟสตีวัล งานวันไหลสีตันทำบุญขึ้นปีใหม่ของชาวทะเล งานเซ็นทรัลเฟสตีวัล พัตยา ชัมเมอร์ สไปซ์ 2005 การจัดงานแข่งขันพัตยามาราธอน 2548 ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในช่วงนี้ ได้ส่งผลดีต่อการเดินทางได้เป็นอย่างดี ประกอบกับพัตยายังคงมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายประเภทเหมาะแก่ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพัตยาจะนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นรถโดยสารประจำทาง จะเห็นได้ว่าลักษณะของการเดินทางเข้ามาในพื้นที่ยังไม่เปลี่ยนแปลงจากช่วงที่ผ่านมา

การเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยประมาณ 3.41 วัน โดยจะเห็นได้ว่า ชาวต่างชาติพักนานวันกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และนิยมพักโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์/บังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 91.26 รองลงมาเป็นบ้านญาติ/บ้านเพื่อนร้อยละ 8.28 ซึ่งลักษณะของการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา

เมื่อมาพิจารณาถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่พัตยามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 2,834.50 บาท มีอัตราการลดลงร้อยละ 6.31 มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว 48,091.54 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,189.54 บาท ลดลงกว่าร้อยละ 15.86 มีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 2,800.13 ล้านบาท ยังคงมีอัตราการลดลงร้อยละ 6.39

สำหรับสถานการณ์ด้านการพักแรม พบว่ามีจำนวนที่พักทั้งสิ้น 293 แห่ง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.26 และพบว่ามีโรงแรมระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 153.85 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีรายได้สูงมากขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มตลาดคาดว่าน่าจะมีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 57.78 สำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าพักในพื้นที่สามารถแยกสัญชาติที่เข้าพักในพัตยา

ได้แก่ เกาหลี อังกฤษ รัสเซีย จีน เยอรมนี ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2548:189)

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของธุรกิจที่พัก ที่มีทั้งความเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพโดยตรงกับธุรกิจการท่องเที่ยวและความหลากหลายในรูปแบบของบริการที่พักในการบริการแก่นักท่องเที่ยว จึงได้ทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาน้อยเพียงใด หรืออาจจะเป็นเพราะที่พักรักษาในพัทยานี้อื่นๆ หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจที่จะพักในพัทยา

ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจที่พักในพัทยาและบุคคลที่เกี่ยวข้องได้นำไปปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา ในการศึกษาวิจัยนี้ศึกษาในด้านส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) เลือกศึกษาเฉพาะ 6 Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคคล (People) และช่วงเวลา (Period)

1.2 ปัญหาวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาระดับใด
2. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาแตกต่างกันหรือไม่
3. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาแตกต่างกันหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. พื้นที่ที่ศึกษา ผู้วิจัยทำการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลในพหุวิทยา บริเวณพหุวิทยาเหนือ พหุวิทยากลาง พหุวิทยาใต้และหาดจอมเทียน โดยใช้พื้นที่ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ชายหาด สถานีขนส่ง ตามสถานที่บริการที่พัก เป็นต้น

2. ข้อมูลประชากร คือ กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพหุวิทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

3. ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ ผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตของเนื้อหาสาระที่ต้องการทราบ คือ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักในพหุวิทยา ในด้านรายละเอียดที่พัก ราคา สถานที่พัก การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ พนักงานและช่วงเวลา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพหุวิทยา
2. ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพหุวิทยา
3. ทำให้ทราบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพหุวิทยา
4. เพื่อนำข้อมูลวิจัยไปปรับปรุงของผู้ประกอบการที่พักในพหุวิทยา ให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงที่พักให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านข้อมูลให้แก่หน่วยงานราชการและผู้วิจัยต่อไปในอนาคต

1.6 คำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและความประทับใจของมนุษย์(นักท่องเที่ยว) ที่เป็นผลมาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนองที่ตรงความต้องการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก หมายถึง พฤติกรรมในด้านความรู้สึกที่ประทับใจและตัดสินใจใช้บริการที่พักในพหุวิทยา เป็นความพึงพอใจในบริการที่พักไม่เหมือนกัน อาจพอใจเลือกพักโรงแรมหรูหรารวมถึงโรงแรมขนาดเล็ก เกสต์เฮ้าส์ หรืออื่นๆ

บริการที่พัก หมายถึง สถานที่ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจให้บริการที่พัก ค้างคืนชั่วคราวแก่ผู้เดินทาง

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใ้การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้

นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใ้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

ผู้มาเยือน (Visitor) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยจำแนกเป็น นักท่องเที่ยวหรือเป็นนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก หมายถึง เรื่องราว หรือสิ่งที่เป็นมูลเหตุจูงใจ ให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพัทธยา

ข้อมูลประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคล หรือข้อมูลส่วนตัวของ นักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และ ประเมินสินค้าและบริการที่คาดว่าจะสนองความต้องการได้ ได้แก่ ความถี่ที่มาพัก วิธีในการ เดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ชนิดของที่พัก การเปิดรับสื่อ ความถี่ที่ใช้บริการที่พัก เหตุผล ที่เลือกใช้บริการ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พัก หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ ทั้งปัจจัย ภายนอกและปัจจัยภายในของบริการที่พัก ได้แก่ รายละเอียดที่พัก ราคา สถานที่พัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พนักงาน ช่วงเวลา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา” ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 8 ประเด็น คือ

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พักประเภทต่างๆ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจโรงแรม
- 2.3 ทฤษฎีส่วนผสมการตลาด
- 2.4 ทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์
- 2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์
- 2.6 ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐาน 7 ประการ (Seven Sigma of Somkuan Kaviya)
- 2.7 ทฤษฎีด้านความพึงพอใจ
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวในการวิจัย
- 2.10 สมมุติฐานในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่พักประเภทต่างๆ

นิยม จารุมณี (2536 : 168-174) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่พัก หรือที่พักแรมที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน ดังนี้

1. ประเภทห้องพักและที่พักแรม

ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว นั้น มีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงที่พักแรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 โรงแรม (Hotels)

คำว่า โรงแรมเป็นคำทั่วไป อาจหมายถึงหลายสิ่งหลายอย่างตั้งแต่บ้านพักที่มีเพียง 10 ห้องพัก ไปจนถึงอาคารขนาดใหญ่ที่มีห้องพักนับพันห้องขึ้นไป รวมถึงห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ สนามกีฬา หรือสถานที่เพื่อการพักผ่อน เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส และห้องพักบริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งภัตตาคารร้านอาหาร และบาร์ที่ให้บริการความบันเทิงทั้งหลาย โรงแรมยังสามารถจำแนกออกไปเป็น โรงแรมตามประเพณีนิยม โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ โรงแรมตามสถานที่พักตากอากาศ และโรงแรมสนามบิน เป็นต้น

1.2 มอเตอร์โฮเต็ล (Motor Hotels)

ตามปกติจะหมายถึง โรงแรมซึ่งจัดให้มีสถานที่จอดรถยนต์โดยไม่คิดมูลค่าแก่แขกที่เข้าพัก ธุรกิจโรงแรมประเภทนี้ ปกติจะมีห้องพักตั้งแต่ 30-300 ห้อง และมักจะอยู่ตามเส้นทางหลวงสายสำคัญ ที่เชื่อมระหว่างเมืองใหญ่ๆ หรือภาคต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา มีโรงแรมประเภทนี้อยู่มากและได้รับความนิยมจากนักเดินทางที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นอย่างมาก

1.3 โมเต็ล (Motels)

เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของมอเตอร์โฮเต็ล แต่ในด้านอุตสาหกรรมโรงแรม โมเต็ลจะให้บริการแค่เฉพาะห้องพักแรมเท่านั้น โดยไม่มีการบริการ และการอำนวยความสะดวกอื่นใดเพิ่มเติม เช่น ภัตตาคาร ถึงแม้ว่าจะให้บริการที่จอดรถโดยไม่คิดมูลค่าแก่แขกก็ตาม ตามปกติโมเต็ลจะต้องอยู่บริเวณริมถนนหลวงสายต่างๆ และมุ่งที่จะให้บริการแก่นักเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแบบประหยัด

1.4 โรงแรมแบบเศรษฐกิจ / โรงแรมแบบประหยัด (Budget Motels)

เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสถานที่พักในราคาถูก สำหรับนักเดินทางที่ต้องการความประหยัด ปราศจากการรบกวน สะอาด และทันสมัย

1.5 รีสอร์ท โฮเต็ล (Resort Hotels)

มักนิยมสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ตามบริเวณที่มีทิวทัศน์สวยงามตามธรรมชาติ ที่พักประเภทนี้จะไม่ได้รับความนิยมจากนักเดินทางชั่วคราวระยะเวลานัก

1.6 คอนโดมิเนียม โฮเต็ล (Condominium Hotels)

โรงแรมชนิดนี้เป็นการรวมเอาโรงแรมกับห้องชุดเข้าด้วยกันแทนที่ห้องพักธรรมดาทั่วไป บุคคลที่ซื้อคอนโดมิเนียมจากบริษัทผู้สร้าง มีฐานะเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ในห้องชุดคอนโดมิเนียม ผู้ถือกรรมสิทธิ์จะทำสัญญากับบริษัทผู้ขาย หรือบริษัทที่สามที่จะเข้ามาบริหารและร่วมดำเนินการคอนโดมิเนียม เพื่อดำเนินการธุรกิจโรงแรม หรือเปิดให้นักเดินทางท่องเที่ยวมาเช่าพัก เจ้าของกรรมสิทธิ์ที่เข้ามาพักในช่วงเวลาหนึ่ง ที่กำหนดแน่นอนชัดเจนในแต่ละรอบหนึ่งปี โดยจ่ายค่าเช่าในอัตราพิเศษ บริษัทหรือผู้ดำเนินการบริหาร โรงแรมจะได้รับค่าดำเนินการ และค่าเช่าห้องพักคอนโดมิเนียมจากผู้มาเช่าพัก

1.7 ที่พักประเภทถือกรรมสิทธิ์ร่วมกัน (Timesharing)

ที่พักประเภทถือกรรมสิทธิ์ร่วมกัน ในรูปแบบพิเศษของเจ้าของกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียม โดยการเฉลี่ยค่าใช้จ่ายร่วมทุนกันซื้ออาคารชุด หรือคอนโดมิเนียม แล้วกำหนดช่วงระยะเวลาที่แต่ละคนไปใช้บริการในแต่ละรอบปี หมุนเวียนกันไป หลักการสำคัญของที่พักแบบนี้ คือ

- การมีสิทธิ์ร่วมกันในการเข้าพักเป็นจำนวนปีๆ ละกี่ครั้ง กำหนดไว้แน่นอน

- ร่วมกันเฉลี่ยค่าใช้จ่าย ซึ่งจะถูกลงกว่าไปเช่าโรงแรมหรืออาคารชุด
- ประหยัดเงินลงทุนที่จะไปซื้อบ้านหรืออาคารชุดอยู่อาศัยแล้วได้ใช้ไม่คุ้มค่า
- สิทธิที่จะแลกเปลี่ยนสิทธิการเข้าพักในที่พักของบุคคลอื่นๆหรือในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

1.8 เพนชั่น (Pensions)

เป็นที่พักซึ่งเจ้าของเป็นผู้ดำเนินการ เจ้าของที่พักประเภทนี้ จะอาศัยอยู่ในอาคารเพนชั่น เนื้อที่ที่แบ่งให้เช่าในเพนชั่นหนึ่งๆ มีอยู่ไม่มาก

1.9 พาราเดอร์ส (Paradors)

เป็นที่พักเฉพาะในประเทศสเปน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นปราสาทหรือวังโบราณ โบสถ์หรือสำนักชี ซึ่งได้รับการดัดแปลงให้เป็นสถานที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว โดยหน่วยงานของรัฐบาลจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชม และพักค้างคืนในสถานที่เหล่านั้น เพื่อแสวงหารายได้มาช่วยเหลืองบประมาณในการบำรุงรักษาสถานที่เก่าแก่เหล่านี้ ให้มีคุณค่าต่อไปในด้านการท่องเที่ยว

1.10 เกสต์เฮ้าส์ (Guesthouse)

เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านแบ่งให้นักท่องเที่ยวได้เช่าพักแรม ตามปกติเกสต์เฮ้าส์จะต้องอยู่ในย่านชุมชน หรือเมืองใหญ่ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมาเช่าพักค้างแรมเฉพาะในเวลากลางคืน ส่วนกลางวันนั้นจะออกเดินทางท่องเที่ยวชมบ้านเมือง หรือธรรมชาติที่สวยงามต่างๆ ราคาเช่าเกสต์เฮ้าส์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีเตียงสะอาด และห้องน้ำรวมไว้บริการ ปัจจุบันเกสต์เฮ้าส์ได้พัฒนาคุณภาพดีขึ้นเป็นอย่างมาก

1.11 บังกะโล (Bangaro)

สถานที่พักซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านยกพื้นชั้นเดียว มีระเบียงและแต่ละหลังมักจะอยู่ห่างกัน

1.12 สถานที่พักแรมกลางแจ้ง (Campgrounds)

สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม สถานที่พักแรมกลางแจ้ง ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงสำหรับการพักแรมเพียง 1-2 คืน สถานที่พักแรมกลางแจ้งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งในทวีปอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย

1.13 บ้านพักโฮมสเตย์ (Home Stay)

เป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยได้รับความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวเจ้าของบ้านต่อนักท่องเที่ยว มีความปลอดภัย สะอาด อยู่ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศกาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว มีห้องพักพร้อมอาหารและมีกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การตั้งอัตราค่าห้องพัก (Room Rates)

สำหรับการตั้งอัตราค่าที่พัก หรือราคาห้องพักโรงแรมตามปกติทั่วไป จะมีอัตราค่าห้องพักสูงสุดที่ทางโรงแรมจะเรียกเก็บจากผู้เข้าพักในแต่ละห้อง ซึ่งทั้งนี้ก็จะขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้เข้ามาพักในแต่ละห้องพัก อัตราค่าห้องพักที่เรียกเก็บดังกล่าวนี้รู้จักกันในนาม แร็คเรตส์ (Rack Rates) ในบางประเทศ หรือบางท้องถิ่นได้มีการกฎหมายกำหนดให้ ทางโรงแรมต้องติดป้ายราคาแร็คเรตส์นี้ก็ไม่ได้เป็นราคาที่แขกต้องจ่ายจริง ซึ่งโรงแรมก็มีลักษณะเช่นเดียวกันกับบริษัทการบิน ที่มีระบบราคาต่อเนื่องกัน หรือการลดราคาเป็นพิเศษด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ โรงแรมจึงนิยมเสนอราคา ค่าห้องพักที่ต่ำกว่าราคาเป็นจริงให้แก่แขกพิเศษ เฉพาะกลุ่มต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลต่างๆ หรือแขกเข้ามาพักในโรงแรมมากขึ้น เช่น โรงแรมจะเสนอราคาพิเศษให้แก่ ข้าราชการ พนักงาน บริษัทการบิน นักธุรกิจที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และกลุ่มคนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน

ในด้านการประชุมสัมมนาโรงแรมต่างก็แข่งขันกัน เพื่อเสนอราคาค่าบริการที่ต่ำที่สุดเท่าที่สามารถลดได้ เพื่อดึงดูดธุรกิจการประชุมสัมมนาต่างๆ ให้เข้ามาจัดในโรงแรม โดยโรงแรมจะลดเขยราชได้จากส่วนลดค่าบริการจากการจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มต่างๆ แก่ผู้ประชุม ในระหว่างประชุม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจโรงแรม

Astroff and Abbey (1988 : 42 – 44) กล่าวถึงการตลาดธุรกิจโรงแรมมีลักษณะพื้นฐานที่ไม่แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น คือ มีปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ และปัจจัยที่ควบคุมได้ คือ ตัวแปรภายนอก(External Variables) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถควบคุมการเกิดขึ้นได้ เช่น สภาพอากาศ ภาวะขาดแคลนพนักงาน ภาวะการหดตัวของค่าเงินเป็นต้น ส่วนปัจจัยที่ควบคุมได้คือ ตัวแปรภายใน (Internal Variables) หรือที่เรียกกันว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบไปด้วย 4 Ps คือ

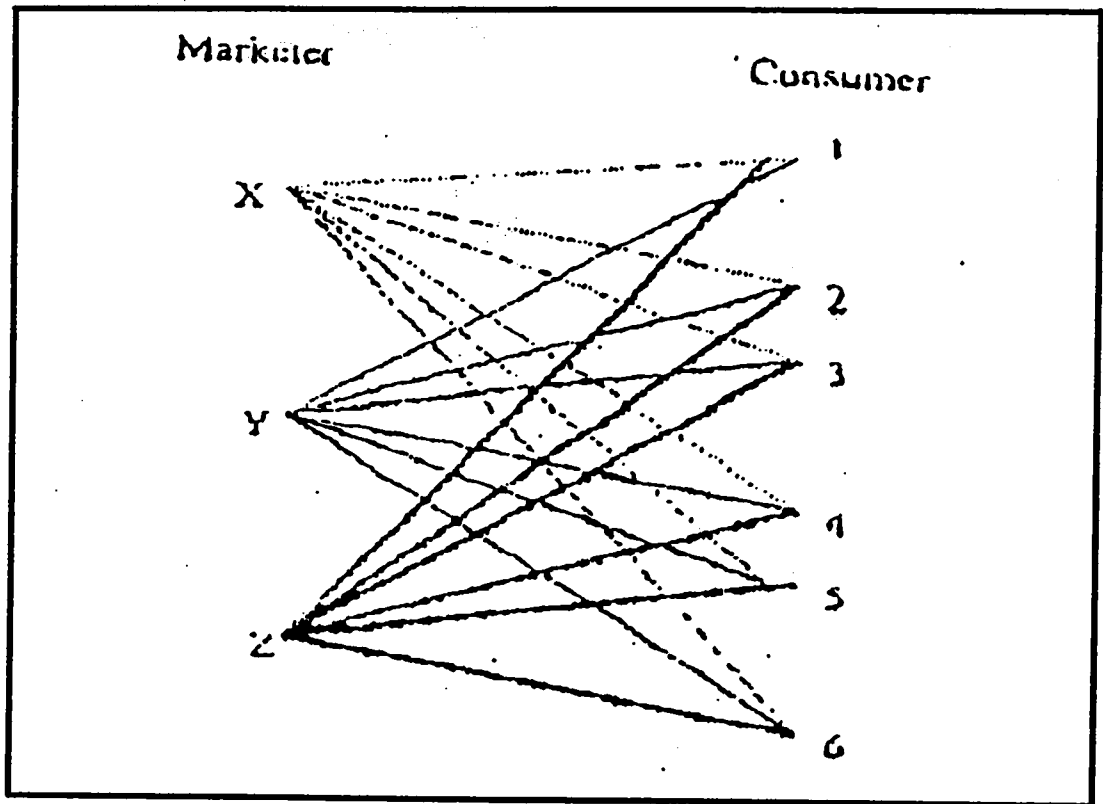
1. ผลิตภัณฑ์ / การบริการ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในธุรกิจโรงแรม แบ่งเป็น 2 ประเภทคือด้านกายภาพ (Physical Products) คือ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น ห้องพัก ห้องประชุม อาหาร และเครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งของโรงแรม คือ ความพึงพอใจต่ออารมณ์ (Emotion Satisfaction) ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึกเฉพาะบุคคล เช่น การบริการของพนักงาน ชื่อเสียงของโรงแรม เป็นต้น (Doswell and Cumble อ้างใน Butler. 1986 : 197) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายนั้นต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) จึง

จะมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าและจะทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้ คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาความแตกต่างทางการแข่งขันซึ่งประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านการบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากรและ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 45)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นจากผลิต-ภัณฑ์ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าเขาก็ตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 45)

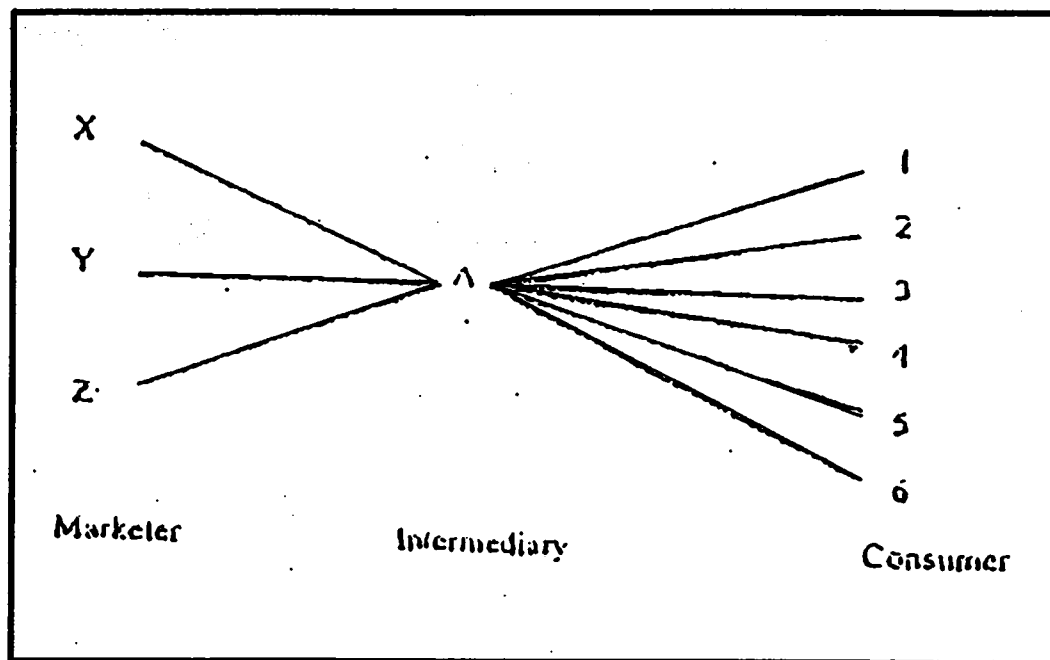
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place / Channels of Distribution) หมายถึง ช่องทางในการส่งมอบการบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งในธุรกิจการบริการนั้นมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น คือ ผู้ผลิตไม่ต้องเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปให้กับผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคต้องเข้ามาหาผลิตภัณฑ์ หรือเข้ามาใช้บริการ ณ จุดบริการ ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจโรงแรมอาจแบ่งได้เป็น 2 ระบบ คือ

(1) ระบบไม่ผ่านคนกลาง ลูกค้าติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง ไม่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือมาติดต่อโรงแรมด้วยตนเอง เป็นต้น คู่มือปฏิบัติที่ 2 ประกอบ



แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายระบบไม่ผ่านคนกลาง
ที่มา : Buttre (1986 : 198)

(2) ระบบผ่านคนกลาง ทางโรงแรมได้ติดต่อ ประสานงานทางธุรกิจ กับตัวแทนประเภทต่าง ๆ ทำให้สินค้า หรือการบริการได้ในปริมาณมาก และรวดเร็วกว่าขายตรงเนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมใช้เงินในการลงทุนสูง ดังนั้นการเพิ่มช่องทางในการขาย จะช่วยให้โรงแรมได้เงินทุนกลับคืนมา หรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ตัวแทนในการขาย จะช่วยให้โรงแรม (Hotel Representative) บริษัทนำเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยว สายการบิน ระบบการสำรองห้องพัก เป็นต้น (ดูแผนภูมิที่ 3 ประกอบ)



แผนภูมิที่ 3 แผนภูมิแสดงช่องทางการจัดจำหน่ายระบบผ่านคนกลาง
ที่มา : Buttre (1986 : 198)

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงแรมนั้น ลูกค้าสามารถติดต่อโรงแรมโดยตรง หรือติดต่อผ่านคนกลางได้

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างโรงแรมลูกค้า ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่ออาจทำได้โดยใช้ พนักงานขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non - Personal Selling) เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่

- การโฆษณา (Advertising)
- การให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations)
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
- การตลาดโดยตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541:36)

2.3. ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

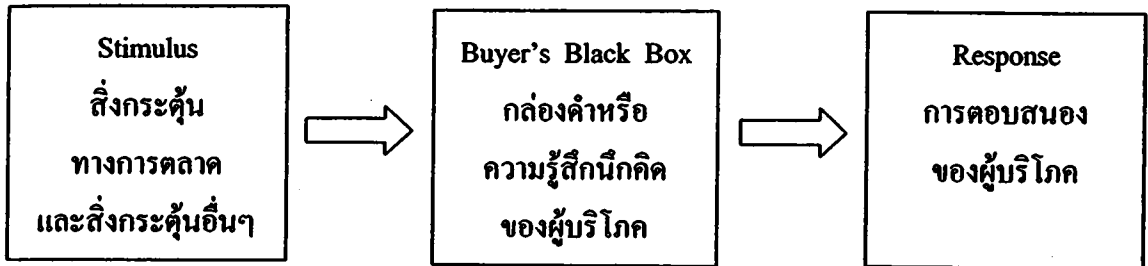
McCanby (1900s) 4 Ps		Product	ผลิตภัณฑ์
		Price	ราคา
		Place	สถานที่ (การเข้าถึงสินค้าและบริการ)
		Promotion	การส่งเสริมการขาย (ลดแลกแจกแถม)
Kotler (1999) 6 Ps		Politics (บรรยากาศ / นโยบายทางการเมือง เอื้ออำนวยต่อธุรกิจหรือไม่)	
		Public Opinion (ธุรกิจควรมีความสอดคล้องกับประชาชาติ หรือสื่อสารเพื่อสร้างประชาชาติโดยเสนอข้อมูลให้ประชาชนทราบ)	
Kaviya (2000) 9Ps		People คน	(ผู้ขาย Presenter ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า)
		Period (Timing)	(การผลิต กำหนดราคา วางตลาด ต้องถูกจังหวะเวลา)
		Psychology	(การตลาดต้องสอดคล้องกับพื้นฐานทางจิตวิทยาของลูกค้า เนื่องจากคนส่วนใหญ่ไม่ใช่เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ แต่ซื้อเพราะ “ รัก ” (สมควร กวียะ, 2543 : 27)

2.4 ทฤษฎีเชิงพฤติกรรมศาสตร์

1. แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

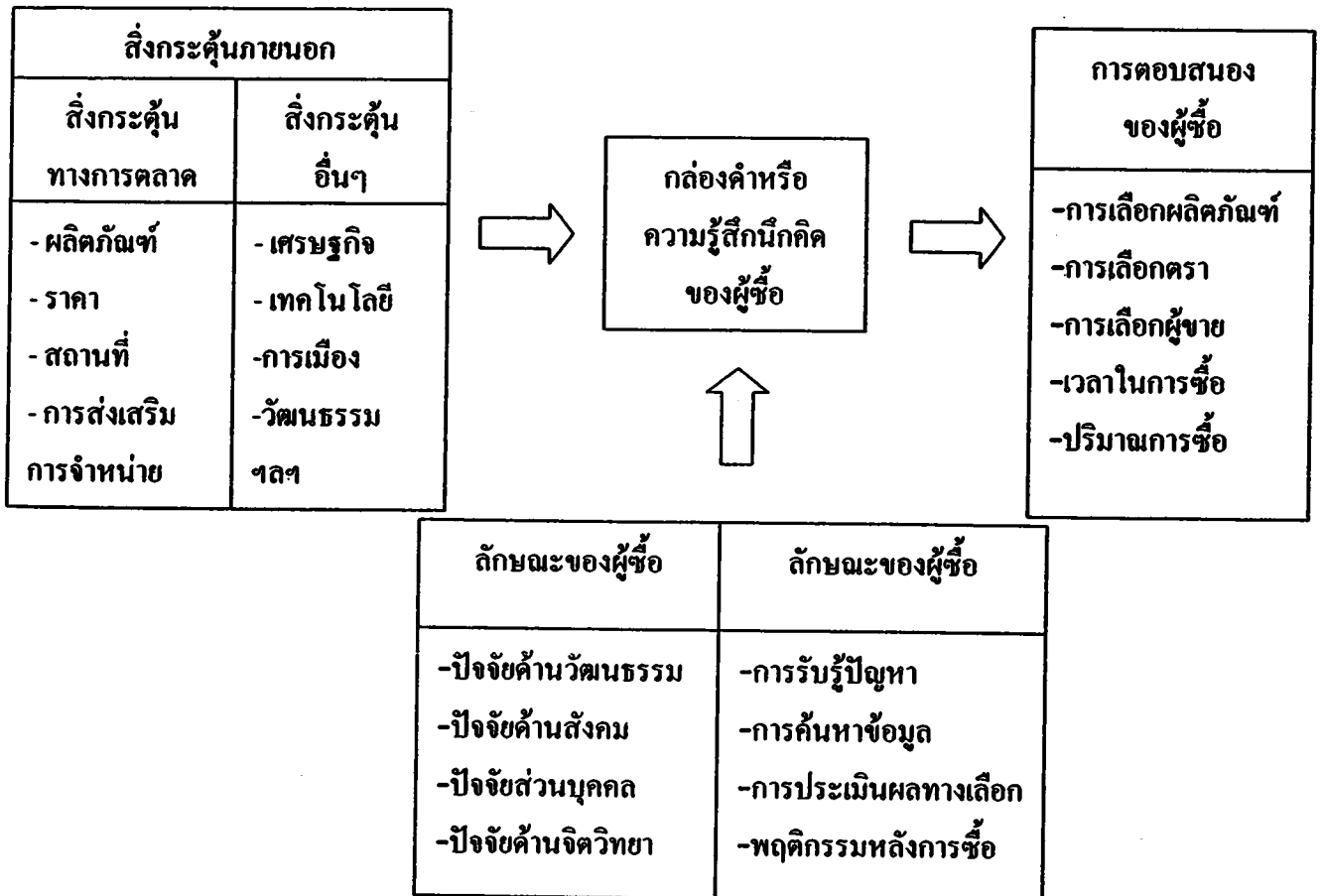
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 : 35-37) ได้กล่าวถึงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคในรูปแบบของ S - R Theory ไว้ว่าแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการเมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยการหาซื้อหรือไม่ซื้อ และเกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงอาจเรียกว่า S - R Theory ดังแผนภูมิที่ 4 ต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 4 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S - R Theory

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 : 35)



แผนภูมิที่ 5 แสดงรายละเอียดพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538 : 35)



สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) อาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งจะเน้นการจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการใช้บริการ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

(2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคภายนอก ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้และอาจเป็นทางที่จะส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภค ได้แก่

- เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจของโลก

- เทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร

- วัฒนธรรม (Culture) เช่น เทศกาล ขนบธรรมเนียมประเพณี

กล่องคำหรือความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค (Buyer's Black Box)

ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องคำ (Black Box) ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามหาความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)

- วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะของชาวต่างประเทศที่เกิดจากการหล่อหลอมของวัฒนธรรมประเทศนั้น

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) มีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว หรือภูมิภาคที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันออกไป และกลุ่มเดียวกัน จะมีพฤติกรรมคล้ายกัน

ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

- กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท โดยกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล

- ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามามีอิทธิพลมากที่สุด ต่อทัศนคติ ความคิด และค่านิยมของบุคคล

วันที่..... 30 พ.ศ. 2552
เลขทะเบียน..... 011726 ๑๒

ภพ .
910.921
พ ๒49๗
๗1๐๕.๕๕๗๓.

- บทบาท และสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ โดยจะมีสถานะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor)

การตัดสินใจซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics)

การซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากระบวนการตัดสินใจ 5 อย่าง คือ

- การจูงใจ (Motivation) เป็นวิธีการชักนำพฤติกรรมของบุคคลโดยอาศัย สิ่งจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Needs) และตอบสนองออกมาในรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

- การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูล

- การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) สิ่งกระตุ้นนั้น

- ความเชื่อถือ (Belief) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ประสบการณ์ในอดีต

- ทักษคติ (Attitude) เป็นสภาวะทางจิตใจ ซึ่งแสดงถึงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่ทัศนคติก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์ และส่งผลให้มีความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในแนวทางที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจ ไม่พอใจ ขณะเดียวกันก็เกิดจากการจัดระเบียบของแนวความคิด ที่มาจาก การรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ ความเชื่อ และอุปนิสัยการบริโภค ที่รับมาจากกระบวนการที่บุคคลเข้าไปสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้น ทักษคติของบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก มีผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นค่อนข้างคงที่

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)

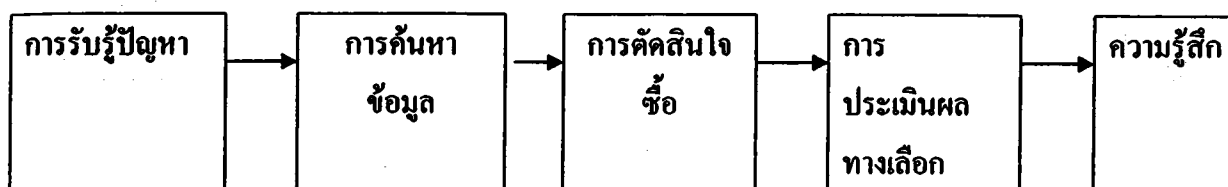
หมายถึงการตัดสินใจซื้อ โดยการเลือกผลิตภัณฑ์ เลือกคราซีหือ เลือกผู้ขาย กำหนดเวลา และปริมาณการซื้อ ตามความพึงพอใจที่เกิดขึ้น

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2358: 46-47) ได้กล่าวถึงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยขั้นตอน คือ การตระหนักถึงปัญหาการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

ดังแผนภูมิที่ 6 ผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่าง

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้น จะมีพฤติกรรมอย่างไร ในการตอบสนองการซื้อนั้น



แผนภูมิที่ 6 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรวิรัตน์ และคณะ (2538: 47)

3. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of motivation)

ศิริวรรณ เสรวิรัตน์ และคณะ (2538: 41-42) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจที่มีชื่อเสียงมากที่สุดทฤษฎีหนึ่งซึ่งได้แก่ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์โดยได้อธิบายไว้ว่าทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีสมมุติฐาน ดังนี้

3.1 มนุษย์มีความต้องการหลากหลายประการ และเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด

3.2 ความต้องการจะแตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการ โดยจัดตามความสำคัญจากมากไปหาน้อย

3.3 มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุด หรือมากกว่าก่อน

3.4 เมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่บับคความต้องการ ที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับอื่นต่อไป ตามทฤษฎีมาสโลว์ได้จัดประเภทความต้องการของมนุษย์ โดยจัดตามลำดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ จากระดับต่ำไปหาระดับสูง ดังนี้

(1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน เพื่อความอยู่รอด เช่น ต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ ความต้องการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ

(2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการความมั่นคงในหน้าที่การงาน และความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายต่างๆ ที่จะมีต่อร่างกาย สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการในขั้นนี้ ได้แก่การประกันภัยรถยนต์ ตัวอย่างรถยนต์วอลโว่ได้ใช้สโลแกนที่คำถึงถึงความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก

(3) ความต้องการยอมรับและความรัก (Belongingness and love) เป็นความต้องการการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มและเป็นบุคคลที่สำคัญ สำหรับกลุ่มสินค้าที่สามารถสนองความต้องการ

ในด้านนี้ได้แก่ เครื่องแต่งกาย สุรา เบียร์ บัตรเครดิต ฯลฯ ส่วนความต้องการด้านความรักนั้น อาจเป็นความรักจากครอบครัว เพื่อน เพื่อนต่างเพศ สินค้าที่สามารถสนองความต้องการนี้ได้แก่ สินค้าที่ใช้อาจเป็นของขวัญ เช่น ปากกาปากเกอร์ นมตราหมี การ์ดอวยพร อัญมณี ฯลฯ

(4) ความต้องการนับถือ (ความยกย่อง) และสถานะจากสังคม (Esteem and status needs) เป็นความต้องการที่ได้รับการเคารพ และนับถือจากบุคคลอื่นในสังคม สินค้าที่สามารถสนองความต้องการในด้านนี้ ได้แก่ บ้านและที่ดินราคาสูง รถยนต์ราคาสูง แหวนเพชร สายการบิน ฯลฯ

(5) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละคน สินค้าที่สามารถสนองความต้องการในด้านนี้ ได้แก่ ปริญญาบัตร โลดเคอรี่ ฟิล์ม-กรรมตกแต่ง เครื่องสำอาง รวมทั้งการจัดกิจกรรมชิงโชค นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าของเขา สามารถสนองความต้องการในขั้นใด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการได้มากยิ่งขึ้น หรือจัดกิจกรรมการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในระดับขั้นที่สูงขึ้น เช่น ตอบสนองความต้องการยอมรับ ความยกย่อง ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

2.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์

ความสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับมนุษย์ การมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับบุคคลอื่นคือ เหตุผลสำคัญในการดำรงอยู่ของมนุษย์ ทั้งนี้เนื่องจากความสัมพันธ์เปรียบเสมือนเข็มทิศซึ่งนำมนุษย์ไปทั่วโลก และส่งผลให้มนุษย์มีสุขภาพจิตมีความสุข ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลคือความเกี่ยวพันกับบุคคลอื่นโดยอาศัยประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลและในทางตรงกันข้ามรูปแบบ ลักษณะและประสิทธิผลของการสื่อสารระหว่างบุคคลก็เป็นผลมาจากธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วยเช่นกัน

ลิตเติลจอห์น (Littlejohn, 1999, p. 252) อธิบายว่า ความสัมพันธ์ หมายถึง ชุดของความคาดหวังของบุคคลสองฝ่ายที่มีพฤติกรรมซึ่งเกิดจากรูปแบบปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่ายนั้น ความสัมพันธ์คือหัวใจของการสื่อสารระหว่างบุคคล และเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษากระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

1.ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (The Relational Communication Theory) มอนท์โกเมอรี (Montgomery, 1992, pp. 457-507) อธิบายแนวคิดพื้นฐานเรื่องการสื่อสารและความสัมพันธ์ไว้โดยสรุป ดังนี้

- 1) การสื่อสารและความสัมพันธ์ของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกันและไม่สามารถแยกออกจากกันได้
- 2) การอธิบายลักษณะธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์นั้นทำได้โดยการพิจารณารูปแบบและวิธีการสื่อสารของบุคคลเหล่านั้น
- 3) การอธิบายความสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นการอธิบายโดยนัยมากกว่าการอธิบายได้อย่างชัดเจนตรงไปตรงมา
- 4) ความสัมพันธ์ของมนุษย์จะพัฒนาไปตลอดเวลาโดยอาศัยกระบวนการเจรจาแลกเปลี่ยน (negotiation process) ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง

จากแนวคิดข้างต้น สรุปได้ว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์มีลักษณะเป็นพลวัต ไม่ใช่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ (Werner, & Bartex, 1994, pp. 323-379) ดังนั้นการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์จึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความเข้าใจกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

2. ทฤษฎีความต้องการระหว่างบุคคล (Interpersonal Needs Theory) วิลเลียม ชูทซ์ (William Schutz) นักจิตวิทยาผู้คิดค้นทฤษฎีความต้องการระหว่างบุคคลเสนอแนวคิดว่า ความสัมพันธ์ของมนุษย์ทั้งในระยะเริ่มต้นระยะก่อความสัมพันธ์ และระยะการธำรงรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน จะดำเนินไปด้วยดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าทั้งสองฝ่ายทั้งสองฝ่ายเข้าใจและสามารถสนองความพึงพอใจของอีกฝ่ายหนึ่งได้อย่างเหมาะสมก็จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันก็จะดำเนินไปได้ด้วยดี (Schutz, 1966, pp. 18-20)

ดังนั้นการเรียนรู้ระดับความต้องการของแต่ละบุคคลจึงช่วยให้คู่สื่อสารเข้าใจและอธิบายพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งได้ รวมทั้งสามารถกำหนดรูปแบบและจำนวนปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้คู่สื่อสารของตน อีกทั้งยังส่งผลต่อระดับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันได้อีกด้วย

3. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งซึ่งใช้ในการอธิบายแนวคิด

ในการพัฒนาความสัมพันธ์ของมนุษย์โดยพิจารณาจากปฏิริยาตอบกลับในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล หลักการสำคัญของทฤษฎีนี้คือเราสามารถเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ได้ด้วยการพิจารณาของคู่สื่อสาร ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเน้นการศึกษาสองทาง (bettinghaus, 1981) หมายถึง การศึกษาทั้งพฤติกรรมของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไปพร้อมกัน

ทฤษฎีเห็นว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นเหมือนเงิน สินค้า หรือบริการ ดังนั้นมนุษย์จึงสามารถแลกเปลี่ยนพฤติกรรมระหว่างกันได้โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งหมายถึงคู่สื่อสารจะต้องพิจารณา “ราคาของพฤติกรรม” และ “ของสมนาคุณหรือรางวัล” ที่คิดตามมากับพฤติกรรมนั้น หากของสมนาคุณหรือรางวัลมีปริมาณมากก็จะส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนพฤติกรรมได้ง่าย (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2546, หน้า 89-90)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรระลึกไว้เสมอก็คือสัดส่วนความพึงพอใจในเรื่องการลงทุนและผลตอบแทนนั้นจะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการประเมินที่แตกต่างกันเนื่องจากแต่ละบุคคลนิยามหรือกำหนดระดับความพึงพอใจของคนแตกต่างกันไปจากบุคคลอื่น หากบุคคลใดได้รับผลตอบแทนจากความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในระดับสูงบ่อยครั้ง บุคคลนั้นจะกำหนดระดับความพึงพอใจไว้สูง และจะไม่พึงพอใจกับความสัมพันธ์ซึ่งให้ผลตอบแทนต่ำ ในทางตรงกันข้ามสำหรับบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นน้อยครั้งจะพึงพอใจกับความสัมพันธ์หรือปฏิสัมพันธ์ที่บุคคลซึ่งกำหนด ระดับความพึงพอใจไว้สูงประเมินว่าเป็นสิ่งที่ไม่น่าพึงพอใจ (Thibaut, & Kelly, 1986, pp. 9-30)

ในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น หากคู่สื่อสารคำนึงถึงแนวคิดดังกล่าว และสามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ก็จะช่วยให้ต่างฝ่ายต่างเข้าใจปัจจัยซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสาร สามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างแรงเสริมที่เหมาะสมให้แก่คู่สื่อสารของตนเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2548 : 235-239)

2.6 ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐาน 7 ประการ (Seven Sigma of Somkuan Kaviya)

สมควร กวียะ(2547:107-110) จากการศึกษาทฤษฎีของมาสโลว์ ทฤษฎีของพอร์เตอร์ ประสพการณ์ด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ สมควร กวียะได้สร้างทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ขึ้นใหม่ ดังนี้

1. ความต้องการอยู่รอด (Survival need)
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security and Safety need)
3. ความต้องการความรักความใคร่ (Sex-love need)
4. ความต้องการทางสังคม (Social need)
5. ความภาคภูมิใจในเกียรติของตนเอง (Self-esteem need)
6. ความต้องการรู้ศักยภาพของตนเองนำไปสู่ความสำเร็จของชีวิต (Self-actualization)

7. ความต้องการสุนทรียภาพของชีวิต (Aesthetics of Life)

สมควร กวียะ จึงเล็งความจำเป็นที่จะเห็นที่จะต้องปรับแบบจำลองให้เป็นรูปร่างกลมที่ใช้เส้นคดเคี้ยวเหมือนเกลียวคลื่น (wave-like line) แสดงให้เห็นความสำคัญของความต้องการความรัก ความใคร่ ที่เป็นเสมือนหนึ่งนิวเคลียสที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอื่นๆ ที่อยู่โดยรอบในลักษณะของระลอกคลื่น

เส้นระลอกคลื่น หมายถึง ความสั่นไหวของความต้องการที่มีความเหลื่อมล้ำซ้ำซ้อนกันจนส่วนใหญ่ก็จะแยกไม่ออกว่า ปึงเจกบุคคลแต่ละคนมีความต้องการอะไร ในสถานที่ เวลา และภาวะจิตสำนึกที่แตกต่างกัน

แบบจำลองเจ็ดเฮสนี่อาจให้ชื่อว่า แบบจำลองมนุษย์แท้ เพราะทำให้สะท้อนถึงแนวคิดในส่วนลึกของมาสโลว์ ที่พยายามต้องการวิเคราะห์เจาะลึกไปถึงอึดใจแท้ของมนุษย์ซึ่งหล่อหลอม

ด้วยกิเลส หรือความต้องการพื้นฐานเหล่านี้ อย่างไรก็ตามแบบจำลองมนุษย์ มีความแตกต่างจากแนวคิดเดิมของมาสโลว์ในแง่ความหมาย นำหนัก และความสัมพันธ์จนเกือบจะพูดได้ว่าเป็นเรื่องใหม่

2.7 ทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1975: 283) กล่าวว่า ความพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดเมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของคนได้รับการตอบสนอง

ฮานนา และ วอซนิแอก (Hanna & Wozniak,2004:306-307) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือทัศนคติที่เกิดขึ้นต่อการซื้อหรือการใช้บริการ ความพึงพอใจ หรืออีกนัยหนึ่งคือความรู้สึกว่า เพียงพอหรือไม่เพียงพอ (mental state of feeling adequacy or inadequately) มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ในอดีตจากการซื้อหรือการใช้บริการของบุคคลกับประโยชน์หรือรางวัล อันเกิดขึ้นจริงที่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการคาดเดาไว้ก่อนหน้าหรือหวังไว้ (reward that was anticipated) โดยที่ประโยชน์หรือรางวัล (reward) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคสินค้าหรือบริการ และหมายถึงความพึงพอใจอื่นที่ได้รับการกระบวนกรซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น คือการประเมินด้วยความรู้สึกจากความคาดหวังที่ตั้งไว้ในใจก่อนหน้าที่จะมีการซื้อหรือใช้บริการ มากกว่าที่จะดูสมรรถนะของสินค้าหรือบริการนั้น หากความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือผู้ซื้อสูงแต่สมรรถนะจริงของสินค้าหรือบริการนั้นต่ำกว่า

ความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พอใจ (dissatisfaction) ขึ้น ในทางกลับกัน หากสมรรถนะของสินค้าหรือบริการนั้น เท่ากับหรือเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจขึ้น

ฮานนา และ วอซนิแอก ยังค้นพบอีกว่า การให้ข้อมูลหรือการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่สูงเกินจริงยอมทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการคาดหวังสูงขึ้นด้วย หากทำไม่ได้ตามที่เผยแพร่ข้อมูลออกไปแล้ว จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจมากกว่าที่จะไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลอีกด้วยซ้ำไป นั่นคือ หากเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์หรือให้ความมั่นสัญญา (service agreement & commitment) ของสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าแล้วทำไม่ได้ตามที่กล่าวไว้ จะเกิดความไม่พอใจมากกว่า การให้ข้อมูลลูกค้าที่ต่ำกว่าหรือเป็นจริงตามสภาพสินค้าหรือบริการ (Hanna & Wozniak, 2004:96-97)

Oliver (อ้างใน Zeithaml & Bitner, 2000 : 75) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งก็คือการที่ลักษณะเด่นของสินค้าหรือบริการนั้นได้บรรลุความต้องการของผู้บริโภคในระดับที่น่าพอใจ

Vroom (1964: 9) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Zeithaml & Bitner (2000 : 75) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการที่ผู้ใช้บริการประเมินสินค้าหรือบริการที่ได้รับว่า ได้ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังหรือไม่ หากเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังล้มเหลวก็จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น

กิตติมา ปรีดีคิลก (2534 : 321-322) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงาน และเขาได้รับการตอบสนองความต้องการของเขาได้

พัชรี ศรีสุข. (2542 . 2 อ้างอิงจากคู่แข่ง. 2541 : 48-49) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับสิ่งที่คาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างผลการทำงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ และสิ่งที่คาดหวังสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าสิ่งคาดหวังผู้บริการก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 n : 18, 20-21) ได้อธิบายถึงความพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีแนวทางดังนี้

1. ระบบการตัดสินใจและให้คำแนะนำ เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท
2. การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะใช้การวิจัยตลาด เป็นการออกแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยการให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
3. การเลือกซื้อ โดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย เป็นการเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง
4. การวิเคราะห์ถึงผู้ใช้บริการที่สูญเสียไป จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

จากแนวคิดนักวิชาการดังกล่าว ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติในทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการของบุคคลทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจนบรรลุวัตถุประสงค์โดยกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อเวลาหรือสถานการณ์แวดล้อมอื่นๆ เปลี่ยนแปลง

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษารวบรวมเอกสารและผลงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างงานวิจัยที่มีแนวคิดใกล้เคียง ดังนี้ นุสรา แสงรัตน์ (2545) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักรับรองที่มีต่อการบริการส่วนหน้า : กรณีศึกษาที่พักราคาประหยัดสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่เป็นชาวไทยจำนวน 200 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการส่วนหน้าในระดับมากที่สุด 4 ด้าน โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสำรองห้องพักและการให้บริการคืนห้องพักเท่ากัน รองลงมาคือ การให้บริการลงทะเบียนเข้าพักและการให้บริการระหว่างพักรับรองตามลำดับ ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการกับการให้บริการของแผนกบริการ

ส่วนหน้า พบว่าระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับเพศและอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุญฤทธิ์ ลิ้มจุ่น (2548) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 36.44 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพหลักรับราชการ มีรายได้และรายจ่ายรวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อปี 291,194.70 บาท และ 266,782.29 บาท ตามลำดับ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคใต้ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.58) เดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มเพื่อน มีจำนวนวันในการท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน มีประสบการณ์การมาท่องเที่ยวอุทยานฯ เคยมาท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติแห่งนี้มาก่อน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1,001 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,924.25 บาท มีความรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง มีกิจกรรมถ่ายภาพสถานที่ ทักษะภาพ/ชมวิว และมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/พักผ่อน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของอุทยานแห่งชาตินี้อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 3.77 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา รายได้ จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และจำนวนวันในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ในระดับที่แตกต่างกัน

ปิยะ หนูนิล (2547) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย การวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อาศัยอยู่ในช่วง 15-25 ปี ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ไม่ได้ประกอบอาชีพ ไม่มีรายได้ ภูมิลำเนาครัวเรือนอยู่ในเขตภาคกลาง มาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยมีระยะเวลาพักค้าง 2 คืน เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดภาคเรียน มาเป็นครั้งแรก มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชมน้ำตก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการ โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 84.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 89.9 ด้านความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมและ/หรือค่าบริการ ร้อยละ 89.75 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 87.8 และด้านการสื่อความหมายธรรมชาติ ร้อยละ 88.3 ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิลำเนา นักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของเพศ, ระดับการศึกษา, ภูมิลำเนา,

ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อความหมายธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มลธิชา ไชยบาล (2548) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของรีสอร์ทในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย การวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของรีสอร์ท คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอายุมากกว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าอนุปริญญา ลูกค้าที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจอื่นๆ และอาชีพพนักงานบริษัท ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำ (น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่า แหล่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน/ญาติแนะนำ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ เคมีมาทักที่นี้ อินเทอร์เน็ต ลูกค้าพึงพอใจในการมาพักที่รีสอร์ทมากที่สุดในเรื่องบรรยากาศร่มรื่น (ร้อยละ 24.26) ลูกค้าไม่พอใจมากที่สุดในเรื่องพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า (ร้อยละ 16.67) และลูกค้าเสนอให้ปรับปรุงพฤติกรรมบริการของพนักงาน ให้มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและน่าไว้วางใจ (ร้อยละ 33.3)

มานิช การพนักงาน (2548) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี การวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 32.24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจเป็นอาชีพหลัก ไม่มีอาชีพรอง มีรายได้และรายจ่ายรวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 432,287.65 บาท และ 301,556.25 บาทตามลำดับ มีภูมิลำเนาอยู่ในท้องที่ภาคกลาง มีระยะทางการมาท่องเที่ยวอุทยานฯ เฉลี่ย 299.74 กิโลเมตร มาท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มเพื่อน มีจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มเฉลี่ย 9.09 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง มีการพักค้างแรม โดยกางเต็นท์พักในอุทยานฯ มีวัตถุประสงค์ของการมาเยือนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,425.68 บาท มีความประทับใจจุดชมวิวและทิวทัศน์ที่สวยงามของอุทยานฯ และไม่เป็นสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรีในระดับสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ สถานภาพการศึกษาและวัตถุประสงค์ของการมาเยือน

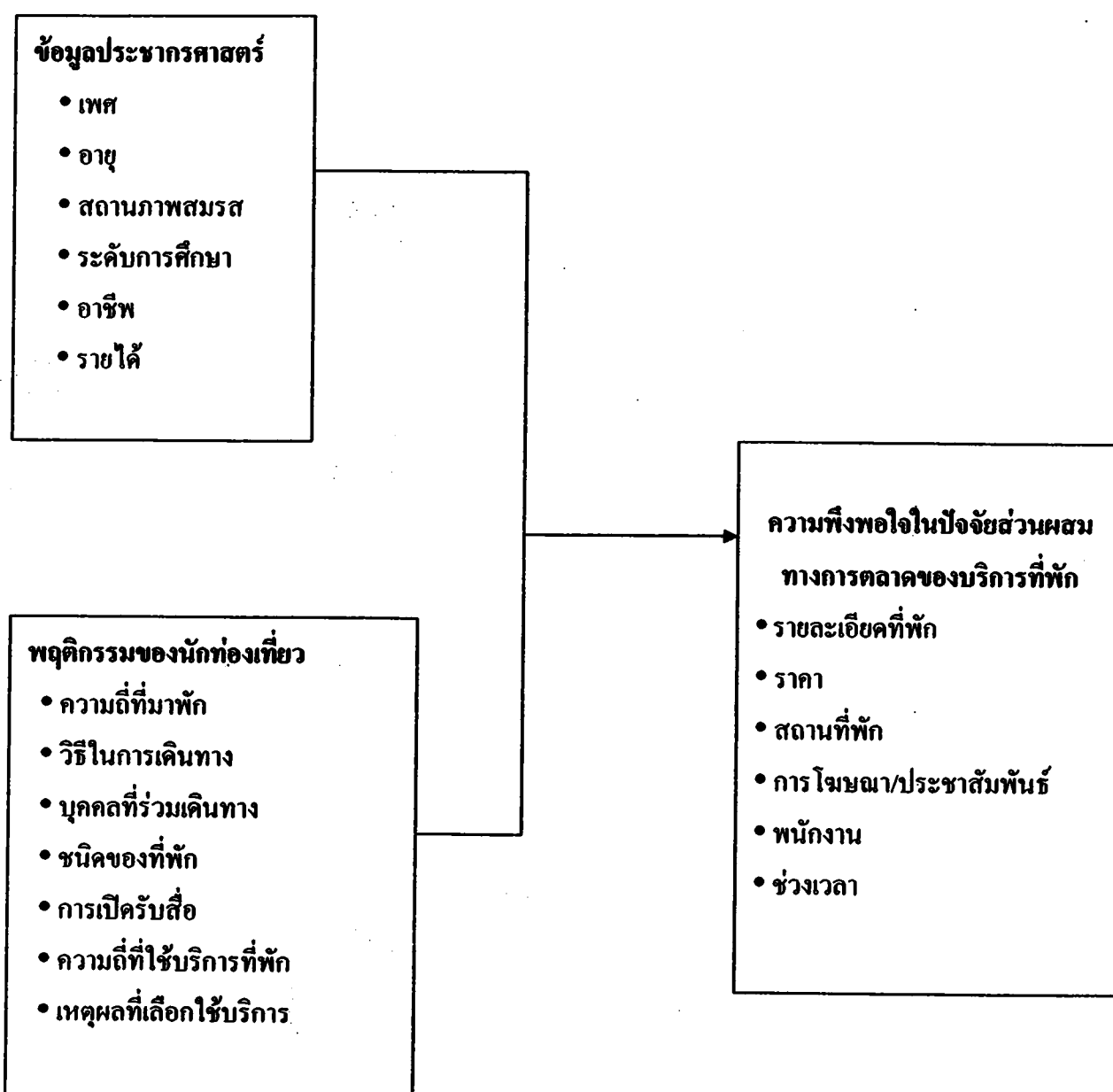
จากการทบทวนผลงานวิจัยที่กล่าวมา พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของรีสอร์ทหรือที่พัก คือ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/พักผ่อน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของสถานที่พักผ่อนในระดับสูง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการ งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่ยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พัก ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่พักในพัทยาต่อไป

2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของบริการที่พักในพัทยา

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



2.10. สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา ” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลัก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา

3.1 ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรศึกษา

ประชากรศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยา ในช่วงการสำรวจเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2551 จำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 1,155,319 คน (อ้างในสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภาคตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2548 , 191)

หน่วยที่ทำการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยา ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,155,319 คน (อ้างในสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภาคตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2548 , 191) และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 5% โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง Yamane ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ 400 คน

การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา ชนิดของการสุ่มตัวอย่าง (Non-probability sampling) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามโดยระบุพื้นที่เขตเมืองพัทยา คือ พื้นที่บริเวณพัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้และหาดจอมเทียน ดังนี้

พื้นที่บริเวณพัทยาเหนือ	จำนวน	100 คน
พื้นที่บริเวณพัทยากลาง	จำนวน	100 คน
พื้นที่บริเวณพัทยาใต้	จำนวน	100 คน
พื้นที่บริเวณหาดจอมเทียน	จำนวน	100 คน

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยา ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นผู้ตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลในขอบเขตพื้นที่ บริเวณพญาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้และหาดจอมเทียน โดยใช้พื้นที่ที่เกี่ยวข้องอาทิ ชายหาด สถานีขนส่ง ตามสถานที่บริการที่พัก ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัยจำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยอธิบายให้ผู้ช่วยวิจัยเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของการวิจัย ความหมายและวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างละเอียดตลอดจนควบคุมดูแลการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างใกล้ชิด โดยได้ออกเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2551

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามประเภท ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered questionnaire) ประกอบไปด้วยชุดคำถามปลายปิด (Closed ended questions) โดยคำถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยส่วนของคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์แบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้

ส่วนที่ 2

เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา แบบเลือกตอบ ได้แก่ ความถี่ที่เข้าพัก, วิธีในการเดินทาง, บุคคลที่ร่วมเดินทาง, ชนิดของที่พัก, การเปิดรับสื่อ, ความถี่ที่ใช้บริการที่พัก, เหตุผลที่ใช้บริการที่พัก

ส่วนที่ 3

เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา ได้แก่ รายละเอียดที่พัก ราคา สถานที่พัก การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ พนักงาน ช่วงเวลา โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ที่มีส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เรียงลำดับจากมากไปน้อย กำหนดให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 1 แล้วนำคะแนนมารวมหาค่าเฉลี่ย เพื่อหาระดับความพึงพอใจดังกล่าว โดย

ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักร

เกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักรในพัทธยา ซึ่งมีคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับความพึงพอใจมากที่สุด 5 คะแนน
- ระดับความพึงพอใจมาก 4 คะแนน
- ระดับความพึงพอใจปานกลาง 3 คะแนน
- ระดับความพึงพอใจน้อย 2 คะแนน
- ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด 1 คะแนน

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ผลของความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักรในพัทธยา ได้มาจากการนำ คะแนนของแบบสอบถามในส่วนดังกล่าวมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในระดับต่างๆ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระดับ 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระดับ 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ยระดับ 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระดับ 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามเพื่อหาความเที่ยงตรง(Validity)และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนทำการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามที่ประกอบไปด้วยชุดคำถามต่างๆ ไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และโครงสร้าง (Construct Validity) โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปริภษาสารนิพนธ์พิจารณาตรวจแก้ไขและปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ทำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 40 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

2.2 ตรวจสอบคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจในความหมายที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

2.3 กำหนดค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตร Cronbach's Alpha ดังนั้น ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามนี้ มีค่า Alpha .9284

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test, One-Way Analysis of Variance (F-test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในสมมุติฐานต่างๆ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทาง การตลาดของบริการที่พักในพัทยา” โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้าง คืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักใน พัทยา ได้แก่ ความถี่ที่มาพัก วิธีในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง ชนิดของที่พัก ชนิดของสื่อ ความถี่ที่ใช้บริการที่พัก และเหตุผลในการใช้บริการ โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พัก ในพัทยา จำนวน 6 ด้าน ดังนี้ รายละเอียดที่พัก ราคา สถานที่พัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พนักงาน และช่วงเวลา โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์หาความ แปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance (F-test)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	135	33.8
หญิง	265	66.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 30 ปี	107	26.8
31 - 45 ปี	164	41.0
46 - 60 ปี	84	21.0
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	45	11.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 45 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา คือ อายุ 15 - 30 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 อายุ 46 - 60 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	238	59.5
สมรส	149	37.3
หย่า/หม้าย	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	16	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	53	13.3
อนุปริญญา	61	15.3
ปริญญาตรี	247	61.8
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	79	19.8
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	51	12.8
พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน/ธนาคาร	185	46.3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.5
ทำงานบ้าน	9	2.3
รับจ้าง	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน/ธนาคาร จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	91	22.8
10,000 - 15,000 บาท	79	19.8
15,000 - 30,000 บาท	126	31.5
มากกว่า 30,000 บาท	104	26.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่มาพัก

ความถี่ที่มาพัก	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	55	13.8
2 ครั้ง	62	15.5
3 ครั้ง	145	36.3
มากกว่า 3 ครั้ง	138	34.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาพักที่พัทยา 3 ครั้ง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ เคยมาพักมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 เคยมาพัก 2 ครั้ง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีในการเดินทาง

วิธีในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	289	72.3
รถทัวร์/รถโดยสาร	48	12.0
รถไฟ	17	4.3
อื่นๆ	46	11.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาพัชยาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมา คือ รถทัวร์/รถโดยสาร จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 พาหนะอื่นๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	36	9.0
ครอบครัว/ญาติ	127	31.8
คู่รัก	80	20.0
เพื่อน	132	33.0
บริษัท/ที่ทำงาน	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาพัชยากับเพื่อน จำนวน 132คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา คือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 คู่รัก จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของที่พัก

ชนิดของที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม / รีสอร์ท	142	35.5
เกสต์เฮ้าส์	84	21.0
บ้าน/คอนโดมิเนียมของญาติหรือของตนเอง	33	8.3
อพาทเมนท์, คอนโดเทล, บังกะโล	106	26.5
บ้านพักรับรอง	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ อพาทเมนท์, คอนโดเทล, บังกะโล จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 เกสต์เฮ้าส์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชนทั่วไป (โทรทัศน์ วิทยุ นสพ. ฯลฯ)	11	2.8
สื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อนญาติ)	120	30.0
สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ โบรชัวร์ ฯลฯ)	31	7.8
ททท.	76	19.0
บริษัททัวร์	17	4.3
อินเทอร์เน็ต	117	29.3
อื่นๆ	28	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักที่พักจากสื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อน ญาติ) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ททท. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ โบรชัวร์ ฯลฯ) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการที่พัก

ความถี่ที่ใช้บริการที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	44	11.0
2 คืน	140	35.0
3 คืน	134	33.5
มากกว่า 3 คืน	82	20.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าพักที่พัทยาระยะเวลา 2 คืน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ 3 คืน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 มากกว่า 3 คืน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	142	35.5
ความสะดวกสบาย	112	28.0
การบริการ	36	9.0
ทำเลที่ตั้ง	94	23.5
ความมีชื่อเสียง	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักราคา จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ ความสะดวกสบาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ทำเลที่ตั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 การบริการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการที่พักในพัทยา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรายละเอียดที่พัก	3.44	0.47	มาก
ด้านราคา	3.58	0.54	มาก
ด้านสถานที่พัก	3.66	0.66	มาก
ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.50	0.48	มาก
ด้านพนักงาน	3.36	0.73	ปานกลาง
ด้านช่วงเวลา	3.68	0.67	มาก
ภาพรวม	3.54	0.29	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านช่วงเวลา(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68) ด้านสถานที่พัก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) ด้านราคา(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) ด้านรายละเอียดที่พัก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านพนักงาน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36)

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ
เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านรายละเอียดที่พัก

ด้านรายละเอียดที่พัก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. คุณภาพของที่พัก	64 (16.0)	130 (32.5)	133 (33.3)	73 (18.3)	- (0.0)	3.46	0.96	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก	46 (11.5)	153 (38.3)	150 (37.5)	51 (12.8)	- (0.0)	3.48	0.85	มาก
3. ความสะดวกสบายในการพัก	42 (10.5)	194 (48.5)	143 (35.8)	21 (5.3)	- (0.0)	3.64	0.73	มาก
4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	33 (8.3)	140 (35.0)	167 (41.8)	60 (15.0)	- (0.0)	3.36	0.83	ปานกลาง
5. มีบริการด้านอื่นๆ เช่น แพ็กเกจทัวร์ รถรับส่ง เป็นต้น	33 (8.3)	104 (26.0)	204 (51.0)	59 (14.8)	- (0.0)	3.27	0.81	ปานกลาง
รวม						3.44	0.47	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านรายละเอียดที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกสบายในการพัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48) คุณภาพของที่พัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) มีบริการด้านอื่นๆ เช่น แพ็กเกจทัวร์ รถรับส่ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ
เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านราคา

ด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับการบริการ	67 (16.8)	160 (40.0)	144 (36.0)	29 (7.3)	- (0.0)	3.66	0.83	มาก
2. ราคาอาหารเครื่องดื่มเหมาะสมกับการบริการ	49 (12.3)	165 (41.3)	164 (41.0)	22 (5.5)	- (0.0)	3.60	0.77	มาก
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	73 (18.3)	106 (26.5)	162 (40.5)	59 (14.8)	- (0.0)	3.48	0.95	มาก
รวม						3.58	0.54	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) ราคาอาหารเครื่องดื่มเหมาะสมกับการบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ
เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านสถานที่พัก

ด้านสถานที่พัก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง บันเทิง แหล่งบริการ	87 (21.8)	129 (32.3)	132 (33.0)	52 (13.0)	- (0.0)	3.62	0.96	มาก
2. บรรยากาศรอบสถานที่ พัก	100 (25.0)	121 (30.3)	126 (31.5)	53 (13.3)	- (0.0)	3.67	0.99	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทาง ไปยังที่อื่น	86 (21.5)	127 (31.8)	187 (46.8)	- (0.0)	- (0.0)	3.74	0.78	มาก
รวม						3.66	0.66	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านสถานที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังที่อื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) บรรยากาศรอบสถานที่พัก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง แหล่งบริการ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62)

ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทธาด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคาค่าใน ช่วง low season	95 (23.8)	166 (41.5)	103 (25.3)	36 (9.0)	- (0.0)	3.80	0.90	มาก
2. มีชื่อเสียงจากการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์	37 (9.3)	120 (30.0)	182 (45.5)	54 (13.5)	7 (1.8)	3.31	0.88	ปานกลาง
3. จัดนิทรรศการในงาน ท่องเที่ยวต่างๆ	51 (12.8)	171 (42.8)	147 (36.8)	31 (7.8)	- (0.0)	3.60	0.80	มาก
4. ร่วมมือกับ ททท. และการ ท่องเที่ยวท้องถิ่น	42 (10.5)	156 (39.0)	139 (34.8)	63 (15.8)	- (0.0)	3.44	0.87	มาก
5. มีของขวัญพิเศษให้กับ ลูกค้าประจำ	25 (6.3)	148 (37.0)	164 (41.0)	63 (15.8)	- (0.0)	3.33	0.81	ปานกลาง
รวม						3.50	0.48	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทธาด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าใน ช่วง low season (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80) จัดนิทรรศการในงานท่องเที่ยวต่างๆ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60) ร่วมมือกับ ททท. และการท่องเที่ยวท้องถิ่น(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของขวัญพิเศษให้กับลูกค้าประจำ(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33) มีชื่อเสียงจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31)

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจ
เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. กรีฑาสภาพเรียบร้อย	53 (13.3)	95 (23.8)	160 (40.0)	83 (20.8)	9 (2.3)	3.25	1.00	ปานกลาง
2. บริการได้ประทับใจ	65 (16.3)	111 (27.8)	147 (36.8)	72 (18.0)	5 (1.3)	3.39	1.00	ปานกลาง
3. พนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ	80 (20.0)	121 (30.3)	115 (28.8)	69 (17.3)	15 (3.8)	3.45	1.10	มาก
รวม						3.36	0.73	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45) ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริการได้ประทับใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) กรีฑาสภาพเรียบร้อย(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25)

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านช่วงเวลา

ด้านช่วงเวลา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. จัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์	90 (22.5)	132 (33.0)	178 (44.5)	- (0.0)	- (0.0)	3.32	0.99	ปานกลาง
2. กำหนดราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสมในฤดูกาลท่องเที่ยว	110 (27.5)	156 (39.0)	134 (33.5)	- (0.0)	- (0.0)	3.94	0.77	มาก
3. ระยะเวลาในการเดินทางมาที่พัก	52 (13.0)	120 (30.0)	139 (34.8)	83 (20.8)	6 (1.5)	3.78	0.78	มาก
รวม						3.68	0.67	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านช่วงเวลาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ กำหนดราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสมในฤดูกาลท่องเที่ยว(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) ระยะเวลาในการเดินทางมาที่พัก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78)

ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32)

ตอนที่ 4 ผล การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพญาแตกต่างกัน

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักของเพศชายและหญิง

เพศ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.55	0.30	0.567	0.571
หญิง	3.53	0.28		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยค่าสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
15 - 30 ปี	3.58	0.31	0.838	0.474
31 - 45 ปี	3.53	0.28		
46 - 60 ปี	3.51	0.28		
60 ปีขึ้นไป	3.54	0.26		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์อายุของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

สถานภาพ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
โสด	3.55	0.30	0.753	0.472
สมรส	3.51	0.28		
หย่า/หม้าย	3.55	0.17		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

1.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.37	0.28	3.193*	0.013
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.59	0.21		
อนุปริญญา	3.54	0.28		
ปริญญาตรี	3.52	0.30		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.67	0.21		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 28 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
นักเรียน / นักศึกษา	3.56	0.34	5.454*	0.000
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	3.55	0.24		
พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน/ธนาคาร	3.51	0.26		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.68	0.31		
ทำงานบ้าน	3.69	0.29		
รับจ้าง	3.38	0.25		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์อาชีพของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีรายได้แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.53	0.30	0.336	0.800
10,001 - 15,000 บาท	3.52	0.30		
15,000 - 30,000 บาท	3.54	0.28		
มากกว่า 30,000 บาท	3.56	0.28		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพหุภาคีแตกต่างกัน

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ที่มาพักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 30 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีความถี่ที่มาพักแตกต่างกัน

ความถี่ที่มาพัก	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1 ครั้ง	3.59	0.32	2.968*	0.032
2 ครั้ง	3.45	0.27		
3 ครั้ง	3.53	0.30		
มากกว่า 3 ครั้ง	3.57	0.27		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ความถี่ที่มาพักของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เคยมาพักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีในการเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 31 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีวิธีในการเดินทางแตกต่างกัน

วิธีในการเดินทาง	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
รถยนต์ส่วนตัว	3.54	0.29	0.742	0.527
รถทัวร์/รถโดยสาร	3.50	0.32		
รถไฟ	3.50	0.29		
อื่นๆ	3.58	0.25		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์วิธีในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวิธีในการเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกัน

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
คนเดียว	3.42	0.27	6.626*	0.000
ครอบครัว/ญาติ	3.57	0.29		
คู่วัก	3.43	0.26		
เพื่อน	3.58	0.27		
บริษัท/ที่ทำงาน	3.66	0.31		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์บุคคลที่ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีชนิดของที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักระหว่างกัน
ตารางที่ 33 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักระหว่างกัน

ชนิดของที่พัก	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักระหว่างกัน			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
โรงแรม/รีสอร์ท	3.53	0.25	2.235	0.065
เกสต์เฮ้าส์	3.49	0.27		
บ้าน/คอนโดมิเนียมของญาติหรือของตนเอง	3.49	0.25		
อพาร์ทเมนท์, คอนโดเทล, บังกะโล	3.57	0.33		
บ้านพักรับรอง	3.64	0.34		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ชนิดของที่พักของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักระหว่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีชนิดของที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักระหว่างกัน

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 34 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

การเปิดรับสื่อ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
สื่อมวลชนทั่วไป (โทรทัศน์ วิทยุ นสพ. ฯลฯ)	3.53	0.30	0.333	0.920
สื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อนญาติ)	3.56	0.29		
สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ โบรชัวร์ ฯลฯ)	3.51	0.24		
ททท.	3.55	0.28		
บริษัททัวร์	3.59	0.28		
อินเตอร์เน็ต	3.52	0.31		
อื่นๆ	3.53	0.27		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.6 นักท่องเที่ยวที่มีความดีที่ใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 35 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีความดีที่ใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ความดีที่ใช้บริการที่พัก	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1 คีน	3.62	0.31	2.818*	0.039
2 คีน	3.57	0.27		
3 คีน	3.50	0.30		
มากกว่า 3 คีน	3.51	0.27		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ความดีที่ใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความดีที่ใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 นักท่องเที่ยวที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน

ตารางที่ 36 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักที่มีเหตุผลแตกต่างกันในการใช้บริการที่พัก

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ราคา	3.56	0.29	1.612	0.170
ความสะดวกสบาย	3.51	0.29		
การบริการ	3.49	0.25		
ทำเลที่ตั้ง	3.53	0.28		
ความมีชื่อเสียง	3.68	0.36		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พัก ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเหตุผลในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของบริการที่พักในพัทยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of Variance (F-test)

5.1 สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.3 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.8 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.1 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 59.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.8 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน /ห้างร้าน/ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 46.3 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เคยมาพักที่พัทยา 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.3 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 72.3 เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.0 พักที่โรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 35.5 กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักที่พักจากสื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อนญาติ) คิดเป็นร้อยละ 30.0 โดยเข้าพักที่พัทยาเป็นเวลา 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และใช้บริการที่พักจากราคา คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คนมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ ด้านช่วงเวลา ด้านสถานที่พัก ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านรายละเอียดที่พัก และด้านพนักงาน โดยมีรายละเอียดรายด้าน ดังนี้คือ

3.1 ด้านรายละเอียดที่พัก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คนมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านรายละเอียดที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ ความสะดวกสบายในการพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก คุณภาพของที่พัก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีบริการด้านอื่นๆ เช่น แพ็กเกจทัวร์ รถรับส่ง เป็นต้น

3.2 ด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยามีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับการบริการ ราคาอาหารเครื่องดื่มเหมาะสมกับการบริการ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

3.3 ด้านสถานที่พัก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยามีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านสถานที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังที่อื่น บรรยากาศรอบสถานที่พัก และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง แหล่งบริการ

3.4 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยามีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ ลดราคาในช่วง low season จัดนิทรรศการในงานท่องเที่ยวต่างๆ ร่วมมือกับ ททท. และการท่องเที่ยวท้องถิ่น มีของขวัญพิเศษให้กับลูกค้าประจำ และมีชื่อเสียงจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

3.5 ด้านพนักงาน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยามีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ พนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ บริการได้ประทับใจ และกริยาสุภาพเรียบร้อย

3.6 ด้านช่วงเวลา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยามีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาด้านช่วงเวลาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ได้ดังนี้คือ กำหนดราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสมในฤดูกาลท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางมาที่พัก และจัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาล ต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

กัน

1.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพหุวิทยาแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ที่มาพักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีในการเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีชนิดของที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.6 นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ที่ใช้บริการที่พักแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

2.7 นักท่องเที่ยวที่มีเหตุผลในการใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักไม่แตกต่างกัน

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาทางด้านข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยาที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-45 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาโนช การพนักงาน (2548) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 32.24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในพัทยา โดยส่วนใหญ่เคยมาพักที่พัทยา 3 ครั้ง เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมากับเพื่อน พักที่โรงแรม/รีสอร์ท รู้จักที่พักจากสื่อบุคคล (คนรู้จัก เพื่อน ญาติ) และเข้าพักที่พัทยายเป็นเวลา 2 คืน ตัดสินใจใช้บริการที่พักในด้านราคาเป็นเหตุผลหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะ หนูนิล (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวกับเพื่อนโดยมีระยะเวลาพักค้าง 2 คืน เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว

นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการที่พักในด้านราคาเป็นเหตุผลหลักในการใช้บริการ สอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจ โรงแรมและทฤษฎีสถิตส่วนผสมการตลาด ที่กล่าวว่า ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าเขาก็ตัดสินใจซื้อ

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านช่วงเวลามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่พัก ด้านราคา ด้านการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ด้านรายละเอียดที่พัก และด้านพนักงาน ตามลำดับ ดังที่ฮานนา และวอซนิแอค (Hanna & Wozniak, 2004:306-307) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือทัศนคติที่เกิดขึ้นต่อการซื้อหรือการให้บริการ ความพึงพอใจ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความรู้สึกว่า เพียงพอหรือไม่เพียงพอ (mental state of feeling adequacy or inadequately) มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ในอดีตจากการซื้อหรือการให้บริการของบุคคล กับประโยชน์หรือรางวัล อันเกิดขึ้นจริงที่ผู้ซื้อหรือผู้ให้บริการคาดเดาไว้ก่อนหน้าหรือหวังไว้ (reward that was anticipated) โดยที่ประโยชน์หรือรางวัล (reward) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคสินค้าหรือบริการ และหมายถึงความพึงพอใจอื่นที่ได้รับการกระบวนกรซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการ

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยาโดยภาพรวมเห็นว่า คุณภาพของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก ความสะอาดสบายในการพัก ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ท่าเลที่ตั้ง บรรยากาศ ความสะดวกในการเดินทางไปอื่น สถานที่พักมีการลดราคา มีการจัดนิทรรศการ ร่วมมือกับ ททท.และการท่องเที่ยวท้องถิ่นอื่นทั้งพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ มีความเห็นว่าเหมาะสมดีแล้วทั้งนี้เนื่องจากพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างมาก มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม เป็นศูนย์กลางการบริการ การท่องเที่ยว การคมนาคม การศึกษา เมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคสมบูรณ์ เหตุผลที่พัทยาได้รับความนิยม คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ค่าครองชีพไม่แพงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เดินทางสะดวกระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ลักษณะธุรกิจที่พักในพัทยาจำนวนมากและมีความหลากหลาย มีทั้งโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ ฯลฯ อีกทั้งมีจำนวนที่พัก ร้านอาหารเกิดขึ้นใหม่อีกจึงทำให้เกิดการแข่งขันกันในการพัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพ การอำนวยความสะดวก ราคา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการตรงตามความต้องการของตนเองได้ พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ จึงมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ ธุรกิจที่พักจึงเป็นหนึ่งในตัวเลือกใช้บริการจากนักท่องเที่ยวด้วย จากเหตุผลดังกล่าวของเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวจึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาพบว่า ควรจะเพิ่มเติมในเรื่องของระบบการรักษาความปลอดภัย ที่พัทมีบริการด้านอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีรถรับส่ง แพคเกจทัวร์ มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ที่พัทให้เป็นที่รู้จัก มีของขวัญพิเศษให้กับลูกค้าประจำ อบรมพนักงานในเรื่องของกริยามารยาทและให้บริการได้ประทับใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยานมากขึ้น

จากการศึกษาประเด็นของความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา พบว่า ส่วนผสมการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนที่พัทยา นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัยอีกทั้งต้องการให้ที่พักจัดกิจกรรมชิงโชคและต้องการของขวัญจากที่พัก ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐาน 7 ประการ (Seven Sigma of Somkuan Kaviya) ที่กล่าวเกี่ยวกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ขั้นใหม่ คือ ความต้องการอยู่รอด ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการความรักความใคร่ ความต้องการทางสังคม ความภาคภูมิใจในเกียรติของตนเอง ความต้องการรู้ศักยภาพของตนเอง นำไปสู่ความสำเร็จของชีวิต ความต้องการสุนทรียภาพของชีวิต อธิบายได้ว่านักท่องเที่ยว

ต้องการพักผ่อนเป็นความต้องการทางด้านร่างกาย นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัย
 นักท่องเที่ยวให้จัดกิจกรรมชิงโชค ต้องการได้ของขวัญเป็นความต้องการความรักความใคร่

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ที่มาพักและบุคคลที่ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของนุสรรา ลิ้มฉุน (2548) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และจำนวนวันในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติ แห่งนี้ในระดับที่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการที่นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาในเขตเมืองพัทยายังต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางในการเสริมสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักในพัทยาได้อย่างมีศักยภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ด้านรายละเอียดที่พักอยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ควรเพิ่มเติมในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจปลอดภัยในการใช้บริการที่พักมากขึ้น และควรมีบริการด้านอื่นๆ เพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีรถรับส่ง มีการขายบริการห้องพักรวมแพ็คเกจทัวร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักมากขึ้น

2. ด้านราคา ราคาที่พัก อาหารและเครื่องดื่มภายในที่พักรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความเหมาะสมดีแล้ว ไม่ควรขึ้นราคาขึ้นอีก

3. ด้านสถานที่พัก อยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ควรจัดให้มีบรรยากาศให้มีความเป็นธรรมชาติ และมีความทันสมัย ก็จะทำให้เกิดความน่าสนใจในการเข้าพักมากขึ้น

4. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มในเรื่องของการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ให้ที่พักรู้จัก โดยการทำการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โปรชัวร์ นิตยสารท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และให้ความสนใจกับลูกค้าขาประจำโดยการจัดกิจกรรมหรือของขวัญพิเศษให้ เพื่อหวังให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านพนักงาน ควรอบรมพนักงานด้านการให้บริการแบบมืออาชีพ มีกิริยาสุภาพ เรียบร้อยและบริการได้ประทับใจ เพื่อให้มีการปรับปรุงพฤติกรรมบริการของพนักงาน ให้มี

อัยยาศัยที่ดี มีความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจและเอาใจใส่ลูกค้าทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ในการพักที่ดีและแนะนำผู้อื่นให้มาพักต่อไป

6. ด้านช่วงเวลา ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น เพื่อเป็นจุดดึงดูดและสร้างความน่าสนใจในการเข้าพักมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักในพัทยา ซึ่งเป็นการวิจัยที่ยังไม่ครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา ดังนั้นจึงควรวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ ตัวแปรด้านการตัดสินใจ ตัวแปรด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวในชายหาดเมืองพัทยาเหนือ พัทยา กลาง พัทยาใต้ ตัวแปรด้านการรับรู้ และตัวแปรด้านฤดูกาลการท่องเที่ยวหรือการศึกษาในระยะยาว เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยากลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเด็นความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา เนื่องจากเมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวต่างชาติเช่นกัน

3. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- Internal Tourism in Pattaya

- สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนปี 2548

- แผนที่เมืองพัทยา

Internal Tourism in Pattaya

2004 - 2005

Type of Data	2004	Δ (%)	2005	Δ (%)
Visitor	5,010,564	+17.80	5,338,009	+6.54
Thai	1,680,824	+14.86	1,804,240	+7.34
Foreigners	3,329,740	+19.34	3,533,769	+6.13
Tourist	4,667,234	+18.56	4,976,030	+6.62
Thai	1,409,340	+16.28	1,518,857	+7.77
Foreigners	3,257,894	+19.57	3,457,173	+6.12
Excursionist	343,330	+8.36	361,979	+5.43
Thai	271,484	+8.05	285,383	+5.12
Foreigners	71,846	+9.52	76,596	+6.61
Average Length of Stay (Day)	3.42	-	3.41	-
Thai	2.41	-	2.31	-
Foreigners	3.85	-	3.89	-
Average Expenditure (Baht/Person/Day)				
Visitor	2,991.25	+3.37	2,800.13	-6.39
Thai	2,661.13	+7.12	2,228.41	-16.26
Foreigners	3,087.24	+2.5	2,960.10	-4.12
Tourist	3,025.26	+3.27	2,834.50	-6.31
Thai	2,761.85	+6.87	2,313.79	-16.22
Foreigners	3,096.58	+2.47	2,969.97	-4.09
Excursionist	1,413.74	+4.19	1,189.54	-15.86
Thai	1,401.90	+4.45	1,180.52	-15.79
Foreigners	1,458.54	+3.21	1,223.19	-16.14
Revenue (Million Baht)				
Visitor	48,671.72	+21.09	48,522.13	-0.31
Thai	9,753.49	+25.96	8,441.67	-13.45
Foreigners	38,918.23	+19.93	40,080.46	+2.99
ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS				
Establishments	261	+4.40	293	+12.26
Rooms	26,503	+4.55	34,007	+28.31
Occupancy Rate (%)	57.15	-0.94	57.78	+0.63
Average Length of Stay (Day)	2.57	0	3.09	0
Number of Guest Arrivals	4,308,901	+19.33	4,541,670	+5.40
Thai	1,062,932	+18.56	1,155,319	+8.69
Foreigners	3,245,969	+19.59	3,386,351	+4.32

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชม เดือน ปี 2548
พฤษภาคม

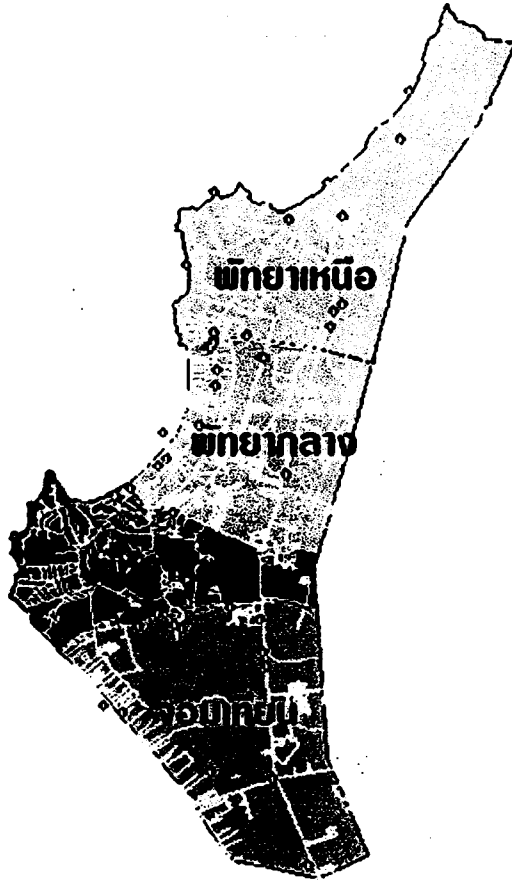
รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมชม	1,804,240	3,533,769	5,338,009
นักท่องเที่ยว	1,518,857	3,457,173	4,976,030
นักทัศนาจร	285,383	76,596	361,979
จำนวนผู้เยี่ยมชมจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	1,804,240	3,533,769	5,338,009
เครื่องบิน	-	11,162	11,162
ประเภท	-	-	-
การเดินทาง	-	-	-
รถโดยสารประจำทาง	419,800	735,650	1,155,450
รถส่วนตัว	1,384,440	2,786,957	4,171,397
อื่นๆ	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	1,518,857	3,457,173	4,976,030
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	1,155,319	3,386,351	4,541,670
บ้านญาติ/เพื่อน	349,305	62,508	411,813
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-
บ้านรับรองฯ	14,233	8,314	22,547
อื่นๆ	-	-	-
ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยว(วัน)	2.31	3.89	3.41
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	2,228.41	2,960.10	2,800.13
นักท่องเที่ยว	2,313.79	2,969.97	2,834.50
นักทัศนาจร	1,180.52	1,223.19	1,189.54
รายได้(ล้านบาท)	8,441.67	40,080.46	48,522.13
นักท่องเที่ยว	8,104.77	39,986.77	48,091.54
นักทัศนาจร	336.90	93.69	430.59
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	2.80	2.54	2.63
นักท่องเที่ยว	2.74	2.53	2.60
นักทัศนาจร	3.14	2.75	3.05

หมายเหตุ : ปี 2548 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัด

และค่าใช้จ่าของหมวดที่การปรับค่าอื่นๆประกอบเช่น ค่าที่พัก ปรียบคณอัตราการแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรียบคณค่าคัรณัฐบริโภค ค่าบริการเดินทาง

ค่าพาหนะการเดินทางปรียบคณอัตราการเปลียนแปลงค่าบริการนันทิยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

แผนที่เมืองพญา



(รัชชัช วงศ์กัณหา, 2548 : 13)

ภาคผนวก ข
รายชื่อที่พักในพัทยา

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	1	รอยัล คลิฟ บีช รีสอร์ท	1,072	353 หมู่ 12 - พระตำหนัก นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 250421	(038) 250511, 250513	6,872	24,717
โรงแรม	บางละมุง	1	อะครีติก ทาเลซ โฮเต็ล	400	469 หมู่ 12 พระตำหนัก บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 364333	(038) 364300	3,213	28,000
โรงแรม	บางละมุง	1	จอมเทียน ปาล์ม บีช	390	408/4 หมู่ 12 - เลียบชายหาดจอมเทียน นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231350-66	(038) 231368-9	2,500	4,500
โรงแรม	บางละมุง	1	โอควรรีย์ รีสอร์ท แอนด์ สปา	374	445/3 หมู่ 5 วงศ์อำมาตย์ พัทยา-นาเกลือ บางละมุง บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 411940-8	(038) 411949	4,500	25,000
โรงแรม	บางละมุง	1	ฮาร์ดี ร็อค	360	429 หมู่ 9 - เลียบชายหาดพัทยา นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428755-9	(038) 421673	3,300	40,783
โรงแรม	บางละมุง	1	มกนเค็ยร พัทยา	319	369 หมู่ 9 - พัทยาสาย 2 นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428155-6, (038) 361350-4	(038) 423155	3,060	20,009
โรงแรม	บางละมุง	1	พัทยา เมริออต รีสอร์ท แอนด์ สปา	290	218/2-4 หมู่ 10 - พัทยาสาย 2 - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 412120-3	(038) 429926	2,800	8,800
โรงแรม	บางละมุง	1	สยาม เบย์ซอร์	271	559 หมู่ 10 เลียบชายหาดพัทยา นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428678-81, 710406-11	(038) 428730	3,090	4,414
โรงแรม	บางละมุง	1	สยาม เบย์วิว	260	310-2 หมู่ 10 - เลียบชายหาดพัทยา นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 423871-7	(038) 423879	3,531	9,416
โรงแรม	บางละมุง	1	อมารี ออริคัล รีสอร์ท	236	204 หมู่ 5 เลียบชายหาด นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428161, 428323	(038) 428165	2,780	7,000
โรงแรม	บางละมุง	1	เฮาส์ ชู พอยท์ คลับ แอนด์ รีสอร์ท	99	100 หมู่ 9 - พระประพา โป่ง บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 730505-60	(038) 735051	3,800	6,000
โรงแรม	บางละมุง	2	ล่องบีช การ์เด็น	594	499/7 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 414616-26	(038) 424068-9	1,600	2,500
โรงแรม	บางละมุง	2	คูสิต รีสอร์ท พัทยา	460	240/2 - เลียบชายหาดพัทยา นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 425611-7	(038) 428239	2,400	5,850
โรงแรม	บางละมุง	2	การ์เด็น ซีวิว รีสอร์ท	374	282/3 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 226070-80	(038) 226069, 226081	1,600	17,655
โรงแรม	บางละมุง	2	เอเซีย พัทยา	314	352 หมู่ 12 พระตำหนัก 4 นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250602-6, (02) 2150808-11	(038) 250496	1,710	4,970
โรงแรม	บางละมุง	2	พัทยา เซ็นเตอร์	258	240 หมู่ 10 พัทยาใต้ 12 เลียบชายหาด - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 425877-8	(038) 420491	1,884	4,238
โรงแรม	บางละมุง	2	แปซิฟิก บีร์นส์	240	425/9 หมู่ 9 พัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 42301-9	(038) 424497	1,500	2,354
โรงแรม	บางละมุง	2	เอวัน เดอะ รอยัล คอร์ท	192	499 2 ชายหาด นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424874-9	(038) 424242	1,500	5,500
โรงแรม	บางละมุง	2	ทรอปิคาน่า โฮเต็ล	181	98 หมู่ 9 ชายหาด นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260.	(038) 428645-8, (038) 420545-8	(038) 423031	1,883	2,531
โรงแรม	บางละมุง	2	ไทยการ์เด็น รีสอร์ท	174	179/168 หมู่ 5 พัทยาเหนือ นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 370614-8	(038) 426198	1,900	3,600
โรงแรม	บางละมุง	2	ซี-พอยท์ รีสอร์ท	145	279/71-72 หมู่ 12 ชายหาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 232332	(038) 232339	2,000	3,000
โรงแรม	บางละมุง	2	กรีนปาร์ค รีสอร์ท	143	240/5 หมู่ 5 พิงผา พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426356-7, 410621-3	(038) 426358	1,800	2,408
โรงแรม	บางละมุง	2	เซ็นทรัลวงค์คอมาตย์ บีช รีสอร์ท	137	277-8 นาเกลือ 18 พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426990-9, (02) 5411784	(038) 428599	2,000	4,000
โรงแรม	บางละมุง	2	แรนคาเร	104	389 2 เลียบชายหาด นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 422660-2, (02) 2581845	(038) 422664	1,766	5,000
โรงแรม	บางละมุง	2	เบลล่า วิลล่า คาบาน่า	103	55/7 หมู่ 1 นาเกลือ - สุขุมวิท - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 703205-6	(038) 223330	1,700	7,000
โรงแรม	บางละมุง	2	มาร์คแอนด์โฮเต็ล พัทยา บีช	96	438/541 หมู่ 9 1 ชายหาดพัทยาเหนือ นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 411203-22	(038) 411221	1,500	8,800
โรงแรม	บางละมุง	2	ซลจันท์ รีสอร์ท	60	19 หมู่ 1 สุขุมวิท นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 702777, 221854-6	(038) 221855, 702778	2,000	2,400
โรงแรม	บางละมุง	2	แอด เค พาวิลเลียน	48	124/11 หมู่ 10 พัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 724000-4	(038) 724004	1,800	2,500
โรงแรม	บางละมุง	2	อพาร์ทเมนต์ เมนชั่น	20	325/118-119 หมู่ 10 พัทยาสาย 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422128		2,000	2,000
โรงแรม	บางละมุง	2	เฮาส์ บีช	20	501/15-21 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421109		2,000	2,000
โรงแรม	บางละมุง	3	เวลคัม จอมเทียน บีช	381	427 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232701-15	(038) 232716	1,200	1,800
โรงแรม	บางละมุง	3	ทาวน์ อิน ทาวน์	357	206 หมู่ 9 พัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 426350-4, (02) 5398358	(038) 426351	1,200	7,062
โรงแรม	บางละมุง	3	เม้าท์เทน บีช โฮเต็ล	319	378/16 หมู่ 12 พระตำหนัก นอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250502-4, (02) 2218050	(038) 250504	1,000	2,500

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	3	ซันบีม	260	217/27 8 ทักษิณาย 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 427120-9	(038) 424191	1,400	5,000
โรงแรม	บางละมุง	3	เมอร์คิยา	245	484 หมู่ 10 ทักษิณาย 15 ทักษิณาย 2 - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 425050	(038) 723885	1,300	4,100
โรงแรม	บางละมุง	3	จอมเทียน ฮานี้	240	75/261 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20000	(038) 232990-4	(038) 231312	1,200	2,400
โรงแรม	บางละมุง	3	แกรนด์ โฮเต็ล	235	370 หมู่ 9 ทักษิณาย 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 427551-60	(038) 427550	1,100	2,200
โรงแรม	บางละมุง	3	โคซี่ บีช	222	400 หมู่ 12 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250800-3	(038) 250799	1,000	5,400
โรงแรม	บางละมุง	3	ซีชาร์ พาเลด	220	116 หมู่ 10 ทักษิณาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20180	(038) 428607, 425724, 427684	(038) 422140	1,060	4,000
โรงแรม	บางละมุง	3	เดอะ ริजनท์ มารีน่า	220	463/31 หมู่ 9 ชายหาด นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 362333-55	(038) 362229-31	1,200	2,600
โรงแรม	บางละมุง	3	ไวท์เฮาส์ รีสอร์ท	206	75/216 หาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232996-8, 232106-7	(038) 231311	1,000	3,000
โรงแรม	บางละมุง	3	บีเวอร์ลี พลาซ่า	200	59/35 หมู่ 10 - พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421278-9	(038) 429718	1,200	1,800
โรงแรม	บางละมุง	3	จอมเทียน การ์เด็น โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท	190	31/71 หมู่ 12 ชายหาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 756523-36, 231001, 231027	(038) 756537	1,300	4,000
โรงแรม	บางละมุง	3	วิกเคนเดอร์	189	78/20 ทักษิณาย 2 ทักษิณาย บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428720, 361706	(038) 429461	1,000	3,000
โรงแรม	บางละมุง	3	เคมกลอด โฮเต็ล	160	373/17 หมู่ 10 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426063-4, 429933, 429443	(038) 428754	1,413	7,062
โรงแรม	บางละมุง	3	เจ็นทรัล พักยา โฮเต็ล	153	514/10 หมู่ 10 เทพพระยา พักยาได้ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 364543-67, (02) 6925250	(038) 364571-2	1,000	2,400
โรงแรม	บางละมุง	3	โนวา ลอดจ์	145	137 หมู่ 9 พักยากลาง นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 420016-7, 361792	(038) 429959	1,200	2,500
โรงแรม	บางละมุง	3	อริกา ลอร์ด	144	198/21, 23 โค่นาอินน์ ทักษิณาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424702	(038) 720599	1,070	1,200
โรงแรม	บางละมุง	3	แกรนด์ จอมเทียน พาเลซ	141	356 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231405-8, 231611-5	(038) 231404	1,400	3,100
โรงแรม	บางละมุง	3	ซันไรน์ การ์เด็น	133	240/3 หมู่ 5 พักยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421300-1	(038) 428629	1,200	1,200
โรงแรม	บางละมุง	3	ฟลีย์เปอร์ ลอดจ์	120	520/1 8 ชายหาด นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426401-2, 411655-6, 410255	(038) 426403	1,100	1,100
โรงแรม	บางละมุง	3	รอยัล ทวิน พาเลซ	120	223 หมู่ 10 ทักษิณาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 420260-4	(038) 412060	1,200	4,500
โรงแรม	บางละมุง	3	พักยา ฮิลล์ รีสอร์ท	100	329 พระตำหนัก พักยาได้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250251-3, 306333-5	(038) 360336	1,000	4,900
โรงแรม	บางละมุง	3	สตาร์ บีช คอนโดเทค	85	328/1 หมู่ 12 พระตำหนัก พักยาได้ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 250938-5	(038) 250934	1,200	1,200
โรงแรม	บางละมุง	3	แชนด์ บีริ่ง โฮเต็ล	79	494 13 ชายหาดพักยา บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 414752	(038) 414759	1,200	2,500
โรงแรม	บางละมุง	3	กัทลี สยาม	76	3/20 พักยาเหนือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426622, 426633, 370184-5	(038) 370186	1,000	2,600
โรงแรม	บางละมุง	3	ซิลเวอร์ เทลซ	58	394/110 หมู่ 9 ทักษิณาย 3 บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 414748-9	(038) 428231	1,200	1,500
โรงแรม	บางละมุง	3	โกลเด็นคิลลี เฮาส์	49	352/55 พักยาได้ เขาพระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250810-11, 250133, 250065	(038) 250812	1,400	4,500
โรงแรม	บางละมุง	3	เอ็มเบรียนส์	30	325/89 หมู่ 10 พักยาแลนด์ 3 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424099, 425145, 710579	(038) 422824	1,100	3,400
โรงแรม	บางละมุง	3	สยามคันทรี คลับ	25	50 หมู่ 9 พระประภาณมิตร โป่ง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 249381-7	(038) 249387	1,000	1,200
โรงแรม	บางละมุง	3	เดอะ ลา แมร์	24	89 หมู่ 10 รอคกิ้ง สตรีท นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 711005-6	(038) 711006	1,000	1,500
โรงแรม	บางละมุง	3	โอคอน บูติก โฮเต็ล	20	146/8-9 10 ทักษิณาย นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250300	(038) 250838	1,200	3,500
โรงแรม	บางละมุง	4	เดอะพักยา การ์เด็น	415	157/7 พักยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426775-82	(038) 426113	700	2,000
โรงแรม	บางละมุง	4	ฮิลเทิร์น แกรนด์ พาเลด	350	99/1 หมู่ 11 เขาตาโล สุรุมวิท นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 332712-17	(038) 332718	800	2,400
โรงแรม	บางละมุง	4	นิว เคย์ โนท์	346	20 หมู่ 10 - พักยาได้ - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 427620-3	(038) 427624	850	1,950
โรงแรม	บางละมุง	4	โกลเด็น บีช	340	519/27 หมู่ 10 ทักษิณาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 422331-2, 720355-6	(038) 425935	800	1,200

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	4	เวสต์คัม พลาซ่า	269	213 หมู่ 10 พัทยาสาวย 2 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424765-7, 426241, 427071-80	(038) 424767	650	6,500
โรงแรม	บางละมุง	4	เซ็นจูรี่ พัทยา	247	129/16 พัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 427800-7	(038) 426069	950	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	วี.จี. พัทยา	219	492 หมู่ 10 พระตำหนัก นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424504, 756403-7	(038) 428589	650	750
โรงแรม	บางละมุง	4	รอยัล พาเลซ	200	215 หมู่ 10 พัทยาสาวย 2 พัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 426262-6, 425659, 425656	(038) 425657	900	6,500
โรงแรม	บางละมุง	4	สยามสวีลดี โฮเต็ล	200	524/26 หมู่ 10 อื่นนี้อินน์ นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 420330, 720329, 720647	(038) 720261	550	750
โรงแรม	บางละมุง	4	ซันไชน์ โฮเต็ล & เรสซิเดนซ์	188	217/1 หมู่ 10 8 พัทยาสาวย 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429247, 429910, 414174-8	(038) 421302	700	2,311
โรงแรม	บางละมุง	4	เดอะ ออริเคย์ แมนชั่น	165	368/2 พัทยากลางสาวย 3 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 373700	(038) 373701	600	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ซีวิว รีสอร์ท	154	500/15 หมู่ 5 18 พัทยา-นาเกลือ นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424825-7, (02) 2552104-7	(038) 423668	700	3,000
โรงแรม	บางละมุง	4	เล็ก โฮเต็ล	151	284/5 หมู่ 10 พัทยาสาวย 2 พัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425550-2, (038) 426629	(038) 421953	640	1,800
โรงแรม	บางละมุง	4	ซิลเวอร์แลนด์ วิลล่า	150	97 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231288, (038) 232493-7	(038) 122491	800	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	อิตินี เทลล	150	315/2-3 8 พัทยาสาวย 2 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 427702-5	(038) 422999	900	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	อีสต์แลนด์วิว	147	401 หมู่ 12 พระตำหนัก นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250813-6	(038) 250818	650	850
โรงแรม	บางละมุง	4	จอมเทียน พาเลซ	144	403/115 หมู่ 12 - ชายหาดจอมเทียน - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 251149	(038) 251173	600	2,200
โรงแรม	บางละมุง	4	สวนอนันท์ รีสอร์ท	140	132/3 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232464-6, 232885	(038) 231266	840	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	โคมอนด์ บีช	138	499 หมู่ 10 เลียบชายหาด นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429885-6, 428071, (02) 314413	(038) 424888	550	1,800
โรงแรม	บางละมุง	4	ไบหยก พัทยา	136	557 หมู่ 10 - พระตำหนัก นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423300-2, 426024-6	(038) 429330	900	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ลิตเติ้ลดีก พัทยา	130	336/22 หมู่ 9 พัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428104-5	(038) 426043	600	3,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ฟลิปปเปอร์ เฮ้าส์	122	213/3 หมู่ 9 7 ชายหาด นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 361667-71	(038) 361672	900	1,100
โรงแรม	บางละมุง	4	โลมา โฮเต็ล	122	139 หมู่ 5 วงศ์อำมาตย์ พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426027-8, 420587-9	(038) 420590, 421501	900	3,600
โรงแรม	บางละมุง	4	เดอะ ปริ๊นซ์	120	217/3 8 ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 361519	(038) 361519	800	2,000
โรงแรม	บางละมุง	4	จอมเทียน ออริคิ	115	333 หมู่ 12 ทิวพระยา นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 251634-5, 364348-9	(038) 251223	550	650
โรงแรม	บางละมุง	4	ปาล์ม การ์ดเดน	115	240/1 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429188, 429386, 429454	(038) 429188	720	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	ซีบรีล โฮเต็ล	112	347/5 หมู่ 12 ชายหาดจอมเทียน นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231056-8, 232641-2	(038) 231059	800	1,600
โรงแรม	บางละมุง	4	เมอร์เมดส์ บีช รีสอร์ท	101	75/102 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232210-4, 231907	(038) 231908	900	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ไมค์ โฮเต็ล	100	339 หมู่ 10 พัทยาสาวย 2 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422222-9	(038) 426444	900	1,600
โรงแรม	บางละมุง	4	สกาว บีช	95	519/97 หมู่ 10 พัทยาสาวย 2 บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 240802, 410804	(038) 410803	500	500
โรงแรม	บางละมุง	4	อิลซี รีสอร์ท	90	170/2 หมู่ 5 นาเกลือ 20 พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426524-5	(038) 426525	550	650
โรงแรม	บางละมุง	4	เบย์ บีช	82	503/2 10 พัทยาสาวย 2 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428383-4, 429137, 421314	(038) 429137	600	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	การ์เดน ลอดจ์	80	170 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือซอย 12 นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429109, 421220	(038) 421220	750	1,250
โรงแรม	บางละมุง	4	พีช รีสอร์ท	80	179/40 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426605, 425706, 420739, 42660	(038) 426607	700	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	ฮาวีกา ลอดจ์	80	198/21-23 พัทยาสาวย 2 นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424702	(038) 720599	500	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	อิลคินี อินน์	80	441 หมู่ 10 8 เลียบชายหาด นongปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 361101, 361688-9	(038) 423092	800	1,000
โรงแรม	บางละมุง	4	พริมา วิลล่า	76	157/22-23 หมู่ 5 8 วงศ์อำมาตย์ บางละมุง บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429398, 370705-7	(038) 370285	500	1,200

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	4	แกรนด์	75	103 หมู่ 10 14 ทิวพระยา หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428249, 428286	(038) 429696	500	700
โรงแรม	บางละมุง	4	เดอะแรมป์	75	561 หมู่ 10 พระตำหนัก หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 422451-2	(038) 420882	500	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	ไฮไฟฟ์	75	217/8 8 ทักษาลัย 2 ทักษากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 427115-8, 427111	(038) 427119	500	500
โรงแรม	บางละมุง	4	ทัทยา นพเก้า	74	10/17 หมู่ 6 ทัทยาเหนือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 370582-6	(038) 370585	600	600
โรงแรม	บางละมุง	4	นอดิคอด อินน์	73	10/11 ชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428110, 429890	(038) 428116	550	700
โรงแรม	บางละมุง	4	โมค บีช รีสอร์ท	70	124/7 หมู่ 9 4 ชายหาด ทัทยาเหนือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 420625-6	(038) 423951	900	4,500
โรงแรม	บางละมุง	4	สยามซิตี้ ปาร์ก	70	119/102 ทัทยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421678, 429859, 367560	(038) 426304	563	906
โรงแรม	บางละมุง	4	อีดัน โฮเทล	70	388/125 หมู่ 10 17 ทัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 300970-3	(038) 426670	850	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	เอ. เอ. ทัทยา เรสซิเดนซ์	70	182 ทัทยา 3 ชายหาด ทัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 410565	(038) 421271	800	1,200
โรงแรม	บางละมุง	4	ไดนาตี้ รีสอร์ท	69	378/3-11 หมู่ 12 พระตำหนัก หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250366, 250721-3	(038) 250772	900	900
โรงแรม	บางละมุง	4	เบคส์ วิลล่า	68	217/29-32 7 เลียบชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 362132-9	(038) 362141	500	900
โรงแรม	บางละมุง	4	ชาร์มมิ่ง อินน์	64	119/9 3 ชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428895, 429477	(038) 429477	500	800
โรงแรม	บางละมุง	4	โรเซียม รีสอร์ท	60	69 หมู่ 1 หาดจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 232136, (038) 231402		550	700
โรงแรม	บางละมุง	4	นอร์ททัทยา วิลล่า	59	256/24 หมู่ 5 นาเกลือ 20 ทัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428093, 428215	(038) 370322	550	550
โรงแรม	บางละมุง	4	แอลโทเรีย รีสอร์ท	55	38/15 นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 427061-5, (02) 4575598	(038) 427069-70	900	3,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ฟูร่า บีช	54	164 หมู่ 9 ทัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428580-1, 361885-6	(038) 428580	550	800
โรงแรม	บางละมุง	4	เดอะ ปาร์ก โฮเทล	53	510/1 หมู่ 9 ทัทยากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 374355-9	(038) 374360	600	2,500
โรงแรม	บางละมุง	4	ลิโต้ บีช	49	236/7-15 ลิโต้ ชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422858, (038) 422959	(038) 424572	500	750
โรงแรม	บางละมุง	4	โอปอล เฮาส์	45	75/180-3 หาดจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232244	(038) 232244	500	700
โรงแรม	บางละมุง	4	เพนส์เฮาส์	41	325/61 หมู่ 10 ทัทยาแลนด์ 2 ชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429639	(038) 421747	745	4,500
โรงแรม	บางละมุง	4	จอมเทียน เบย์วิว	40	192 หมู่ 10 ทัทยาจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 251889, 251890	(038) 251334	550	890
โรงแรม	บางละมุง	4	จูลี คอมเพล็กซ์	40	235/5 หมู่ 10 ชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429968, (038) 429418	(038) 429851	550	600
โรงแรม	บางละมุง	4	ไทย พาเลซ	40	212 หมู่ 9 5 ทัทยาลัย 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423062-3	(038) 427698	600	700
โรงแรม	บางละมุง	4	แนชเชอร์ล บีช โฮเทล	40	216 หมู่ 10 11 สายชายหาด หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429239, 428425, 710121-3	(038) 429650	750	1,290
โรงแรม	บางละมุง	4	ฟลามิงโก้	32	20/182 หมู่ 10 เดย์ไนท์ บาซ่าร์ ทัทยาใต้ หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 427161-3	(038) 411521	500	800
โรงแรม	บางละมุง	4	ดูโรสตาร์ จอมเทียน	32	152 หมู่ 12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 233330-1, 233333	(038) 233332	900	1,300
โรงแรม	บางละมุง	4	ซูการ์ ปาร์ค บีช	30	45/16 หมู่ 12 หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231386, 231889	(038) 231713	650	950
โรงแรม	บางละมุง	4	ฟูร่าจอมเทียนบีช	29	125/16-17 หมู่ 12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231869-73, 231545		500	1,000
โรงแรม	บางละมุง	4	จอมเทียน โคซี่ อินน์	25	29/14 จอมเทียน ทิวพระยา หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231925-7, (02) 5135459, 51346	(038) 231925-7	500	600
โรงแรม	บางละมุง	4	คาวี เฮาส์	22	334/112 หาดจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232858	(038) 425915	800	1,800
โรงแรม	บางละมุง	4	ซัมเมอร์ บีช อินน์	21	141 หมู่ 12 หาดจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231777-80	(038) 231778	700	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	จอมเทียน บีทเฮาส์	20	380/5-6 หมู่ 12 ชายหาดจอมเทียน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 756143, 756585, 324261	(038) 756144	700	800
โรงแรม	บางละมุง	4	เลอ คาเฟ่ รอยัล	20	325/103 ทัทยาแลนด์ 3 ทัทยาตาน หอนงปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423515, 428303, 710573	(038) 424579	850	1,500

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	4	เจ็นทรัล การ์เด้น รีสอร์ท	18	78/62-63 หมู่ 9 บูรณานา พักยาเหนือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 411029, 370265	(038) 411029	500	1,500
โรงแรม	บางละมุง	4	วิลล่า โคโลเนีย	12	581/14-25 13 พักยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424295	(038) 427216	500	500
โรงแรม	บางละมุง	4	เคนมาร์ก	11	75/160 หมู่ 12 ชายหาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 756587	(038) 756588	600	1,200
โรงแรม	บางละมุง	5	จอมเทียน ไฮเดิล	184	403/28 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 251606-7, 251097, 251696	(038) 251097	200	900
โรงแรม	บางละมุง	5	อินน์ทาวน์ ฮอติเคย์ ไฮเดิล	142	506/159 11 พักยาสาย 2 พักยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 420696	(038) 420681	400	1,200
โรงแรม	บางละมุง	5	ไดน่า อินน์	122	126/6-9 หมู่ 10 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429675, 429870	(038) 424566	450	950
โรงแรม	บางละมุง	5	ทวิน ปาร์ค รีสอร์ท	116	429/1 หมู่ 9 ชายหาด นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428779-80	(038) 421779	400	600
โรงแรม	บางละมุง	5	รัตนสุข อินน์	115	115/1 หมู่ 5 พักยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 420585	(038) 421746	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	เอเทค ไฮเดิล	109	216/2 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428281-2, 429233	(038) 421184	450	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ควีน พักยา	100	356/4 หมู่ 9 พักยากลาง นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428234, 422797-8, 429915	(038) 422798	400	550
โรงแรม	บางละมุง	5	เชอร์ ลอดจ์	100	413/2 หมู่ 10 พักยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428395, 423927, 428353		250	350
โรงแรม	บางละมุง	5	มารีน พลาซ่า	100	200 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424817-8, 429178	(038) 423868, 423867	400	600
โรงแรม	บางละมุง	5	พาราไดซ์ อินน์	99	12 หมู่ 10 17 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 426410-4, 713436-7	(038) 426412	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	มาแบคส์	94	272 หมู่ 10 แมมมู พระตำหนัก บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424456-9	(038) 424460	400	600
โรงแรม	บางละมุง	5	ลวัลดี แมนชั่น เกสท์เฮาส์	93	502/1 หมู่ 10 อันนีอินน์ พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 720561, 425360	(038) 720647	150	320
โรงแรม	บางละมุง	5	ลวัลดี ซีวิว ไฮเดิล	88	หมู่ 10 10 ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 710566		250	400
โรงแรม	บางละมุง	5	ซี.เค. พักยา	80	115/15-16 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422487, 424102-3	(038) 428986	400	500
โรงแรม	บางละมุง	5	มิตทาวน์ อินน์	80	373/1 หมู่ 10 พระตำหนัก บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428674, 429744	(038) 421997	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	เดอะ กรีน	75	217/10 9 พักยาสาย-นาเกลือ นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 410039, 423555	(038) 429644	450	700
โรงแรม	บางละมุง	5	ปาร์ค วิลล่า	75	485 หมู่ 10 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429099, 428153		400	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ลวัลดี คอร์ท	75	501/27 หมู่ 10 อันนีอินน์ พักยาสาย 2 บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 720201-2		240	400
โรงแรม	บางละมุง	5	โรมโอ พาเลซ	72	500/21-22 หมู่ 5 18 พักยา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429022, 421865-7	(038) 426101	450	500
โรงแรม	บางละมุง	5	โอ. ดี. โบลด์ ไฮเดิล	72	562 หมู่ 10 พระตำหนัก พักยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423612-3	(038) 420710, 420708	450	600
โรงแรม	บางละมุง	5	คาร์ลตัน พักยา	70	172 หมู่ 9 5 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421556-8	(038) 428553	450	600
โรงแรม	บางละมุง	5	อันนี อินน์	68	529/2 10 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421543-4, 428117	(038) 421946	450	450
โรงแรม	บางละมุง	5	เล็ก จอมเทียน	67	75/94 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231753-4	(038) 231854	300	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ลวัลดี พักยา แมนชั่น	67	367 หมู่ 10 ไดน่าอินน์ พักยาสาย 2 บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 720563, 720268, 720647		350	350
โรงแรม	บางละมุง	5	มารีน บีช	65	131/62 หมู่ 12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231129-30	(038) 231131	450	450
โรงแรม	บางละมุง	5	ลวัลดี เทลซ	63	272/75 หมู่ 5 พักยา-นาเกลือ นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225651, 225728, 225480-2	(038) 225616	350	600
โรงแรม	บางละมุง	5	โนซ์ ไฮเดิล	62	115/11 หมู่ 10 พระตำหนัก นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429633, 420771-2, 420774	(038) 423409	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	นิวลตาร์	60	502/10 หมู่ 10 พักยาสาย 2 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424887, 720733		230	380
โรงแรม	บางละมุง	5	แปซิฟิก จอมเทียน	60	403/105 หมู่ 12 นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 303166, (02) 5023548	(038) 303443	150	1,000
โรงแรม	บางละมุง	5	คูมินิคร วิลล่า	57	413/110-120 บางกร พักยาใต้ นนทบุรี บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 427609, 429692	(038) 427610	350	600

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	5	อัลมิน	56	547/34 หมู่ 10 ทัศนียาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424592		150	380
โรงแรม	บางละมุง	5	อิลด์ บีช รีสอร์ท	53	366 หมู่ 12 พระตำหนัก นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 250012, 250009-13		400	1,600
โรงแรม	บางละมุง	5	อันนี่ ลอดจ์	52	597/8 หมู่ 10 ทัศนียาใต้ นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429133, 429716	(038) 710185	200	300
โรงแรม	บางละมุง	5	บงกร เทลล	50	188/1 บงกร ทัศนียา 3 นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423421, 423262	(038) 423262	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	ไวท์ อินน์	50	175/5 หมู่ 5 พระตำหนัก ทัศนียาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429841	(038) 421136	400	500
โรงแรม	บางละมุง	5	เบล อินน์	46	420/42 บัวขาว ทัศนียากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422248	(038) 427743	300	450
โรงแรม	บางละมุง	5	เจีฟ บีช	45	75/1 หมู่ 12 หาดจอมเทียน นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231025-6	(038) 231029	450	550
โรงแรม	บางละมุง	5	เลฟ	45	199/25-28 อินเตอร์ ทัศนียากลาง บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426557		300	400
โรงแรม	บางละมุง	5	ซีรีน โฮเต็ล	43	564 หมู่ 10 ชายหาด นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422952, 423304	(038) 422951	450	1,000
โรงแรม	บางละมุง	5	มารีน่า อินน์	43	284/54 หมู่ 5 ทัศนียา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225134-5, 225865-6	(038) 225135	350	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ไวท์โรด 1	43	115/9 หมู่ 10 ไวท์โรด ทัศนียา นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429234, 421174	(038) 421174	450	700
โรงแรม	บางละมุง	5	ที. เอ. อินน์	42	243/20 10 อารี ทัศนียากลาง นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423724, 411267-8		200	300
โรงแรม	บางละมุง	5	จิราพร อินน์ 2	41	36 หมู่ 5 ทัศนียา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428569		150	250
โรงแรม	บางละมุง	5	ท็อปไทย	40	415/1 หมู่ 10 พระตำหนัก นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 422630-1	(038) 422631	350	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ไทยทอง อินน์	40	144/12-13 หมู่ 5 ทัศนียา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429441, 425768	(038) 429441	200	300
โรงแรม	บางละมุง	5	วิเวียง่า	40	157/1 หมู่ 5 ทัศนียา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225231-2		350	500
โรงแรม	บางละมุง	5	นิว ไฟร์ เฮ้าส์	39	175/51 15 นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 426072, 412379	(038) 423975	450	650
โรงแรม	บางละมุง	5	ไวท์โรด 2	39	115/10 หมู่ 10 ไวท์โรด ทัศนียา บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424943	(038) 421174	450	700
โรงแรม	บางละมุง	5	อูบล ลอดจ์	39	44/15 หมู่ 11 สุขุมวิท นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 232114, 232113		200	1,300
โรงแรม	บางละมุง	5	นิเวศดาร์ อินน์	37	160/1-8 หมู่ 5 ทัศนียา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 413076-7	(038) 370887-8	370	490
โรงแรม	บางละมุง	5	ทัศนียา แลนด์	36	321/42 หมู่ 10 ทัศนียาแลนด์ ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428457	(038) 410407	250	500
โรงแรม	บางละมุง	5	โรด การ์เด็น	36	561/1 หมู่ 10 พระตำหนัก ทัศนียาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 426068, 426098, 426100	(038) 426099	320	320
โรงแรม	บางละมุง	5	จอมเทียน ลอดจ์	34	44/16-19 หมู่ 11 สุขุมวิท นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 232101-2		300	400
โรงแรม	บางละมุง	5	คอนเนอร์ อินน์	32	284/1-2 หมู่ 10 12 ทัศนียา 2 นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425496		200	300
โรงแรม	บางละมุง	5	ไพร์ลปอด อินน์	31	583 หมู่ 10 ชายหาด ทัศนียาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429385, 429629		400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	ซันไชน์ อินน์	30	117/12-13 14 ทัศนียา-นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225309	(038) 225239	200	400
โรงแรม	บางละมุง	5	ทัศนียา อินน์ 2	30	490/14 หมู่ 10 บี.เอ. ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422781, 429665		150	300
โรงแรม	บางละมุง	5	ฟลอริดา	30	519/18 หมู่ 10 ทัศนียา 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 426527	(038) 423616	350	500
โรงแรม	บางละมุง	5	เมอริ์ อินน์	30	263/14 16 พระตำหนัก เมืองทัศนียา บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429450, 422301	(038) 710311	400	600
โรงแรม	บางละมุง	5	ที. 72	27	119 ออรัลคิงส์ตัน นองปรีช บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421784, 429291, 420301-2	(038) 421781	400	900
โรงแรม	บางละมุง	5	มารีน่า อินน์ พลาซ่า	27	273/13-15 หมู่ 10 เอนนิบาย ทัศนียาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429232, 420314		200	350
โรงแรม	บางละมุง	5	รกริน อินน์	27	26-27 หมู่ 5 ล่างฟ้า นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 424713		150	250
โรงแรม	บางละมุง	5	ที. เอ็น. อินน์	25	342 หมู่ 10 ที. 72 ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424422		250	300

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
โรงแรม	บางละมุง	5	โดर्फ อินน์	24	400/2 หมู่ 12 พระตำหนัก หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 250475		200	300
โรงแรม	บางละมุง	5	ลักกี้ เฮ้าส์	24	397/20 หมู่ 10 ทักษายา 2 บางละมุง ชลบุรี 20240	(038) 428955-6		150	200
โรงแรม	บางละมุง	5	สุรีน่า	24	183/11 ไปรษณีย์ หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423211, 710110	(038) 426096	300	300
โรงแรม	บางละมุง	5	เอส.วี. โฮเต็ล	24	330/6 หมู่ 10 ทักษายกลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429695		170	350
โรงแรม	บางละมุง	5	ปิปป อินน์	23	362 หมู่ 10 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425537		150	150
โรงแรม	บางละมุง	5	รอยัล	22	547/29-30 หมู่ 10 ปี.เจ. ชายหาด บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421064		300	300
โรงแรม	บางละมุง	5	เวลคัม อินน์	22	103/1 3 ชายหาด พัทยาเหนือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 422589		400	500
โรงแรม	บางละมุง	5	รุม 150	21	504/1 หมู่ 9 ทักษายกลาง หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429584		150	200
โรงแรม	บางละมุง	5	ลักกี้ อินน์	21	361/7 หมู่ 10 พระตำหนัก หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429767		120	120
โรงแรม	บางละมุง	5	เจ.พี. อินน์	20	164/7 7 ทักษายา 2 หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428009		150	300
โรงแรม	บางละมุง	5	บัวขาว	20	210/10 หมู่ 9 บัวขาว ทักษายกลาง หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425093, 427306		150	300
โรงแรม	บางละมุง	5	วินดี้ อินน์	20	280/1 หมู่ 10 ชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428385, 429335, 429331	(038) 429331, 425780	350	600
โรงแรม	บางละมุง	5	สแกนดิค	17	519/52-53 สดาร์บิซ ทักษายา 2 หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423282		250	490
โรงแรม	บางละมุง	5	โอ แคร้ เคอ ลูน	17	280/10 เลียบชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429330, 426024-6	(038) 426124	400	500
โรงแรม	บางละมุง	5	พร ไฮเต็ล	15	219/78-80 หมู่ 10 ยามาโมโต้ หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429625		180	250
โรงแรม	บางละมุง	5	ริเวียร่า บีช	15	187/70 หมู่ 10 ไปรษณีย์ นาเกลือ หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429623	(038) 710950	350	400
โรงแรม	บางละมุง	5	วิคทอเรีย	15	325/62 หมู่ 10 ทักษายแลนด์ 1 ทักษายใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 429868		150	350
โรงแรม	บางละมุง	5	คริส เกลสท์เฮ้าส์	12	185 13 ชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429586	(038) 423653	400	400
โรงแรม	บางละมุง	5	มูนชาเยน เทลล	12	75/56 หมู่ 12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231956		450	500
โรงแรม	บางละมุง	5	คริสเตียน 4	10	528/14 หมู่ 10 สหศักดิ์ ทักษายา 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 423175		350	450
โรงแรม	บางละมุง	5	ทิวลิป เฮ้าส์ (บุชเชอร์ อินน์)	10	344/3 หมู่ 12 หาดจอมเทียน หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231134, 232071	(038) 232071	350	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ทัชชา บีช อินน์	10	437/160-163 ยศศักดิ์ ทักษายา 2 บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428028	(038) 428458	300	500
โรงแรม	บางละมุง	5	วันเดอร์ฟูล เทลล	10	219/81-82 หมู่ 10 ทักษายา 2 บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 425640		300	350
โรงแรม	บางละมุง	5	เอ. เอ. เกลสท์เฮ้าส์	10	75/54 หมู่ 12 จอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231812-3		300	350
โรงแรม	บางละมุง	5	ดี ดี เฮ้าส์	9	13/18-19 จอมเทียน หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231901-2		250	500
โรงแรม	บางละมุง	5	ทัมรินทร์ ทรี เฮ้าส์	8	133 หมู่ 10 ชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428373	(038) 423575	250	300
โรงแรม	บางละมุง	5	บาร์ นอร์เท	8	219/17 หมู่ 9 ยามาโมโต้ ชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424129	(038) 710079	300	400
โรงแรม	บางละมุง	5	อัลเฟร ซอร์ฟ ร็อค	7	183/78 ไปรษณีย์ ชายหาด หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428208	(038) 428208	300	350
รีสอร์ท	บางละมุง	1	ทัชชา พาร์ค บีช รีสอร์ท	700	345 หมู่ 12 - ทัชพระยา หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 251201-8, 364110-20	(038) 364129	2,707	5,800
รีสอร์ท	บางละมุง	1	การ์เด้นท์ คลิฟท์ รีสอร์ท แอนด์ สปา	249	222/20 นาเกลือ 16 ทัชชา - นาเกลือ - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 259333	(038) 259332	4,000	5,885
รีสอร์ท	บางละมุง	1	เซอร่าตัน ทัชชา รีสอร์ท	156	473 - พระตำหนัก - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 259888	(038) 259889	6,000	10,000
รีสอร์ท	บางละมุง	1	แนชเชอร์ล พาร์ค บีช รีสอร์ท	123	412 หมู่ 12 - จอมเทียน หองปรีธ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231561,	(038) 231565	2,660	3,800

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
รีสอร์ท	บางละมุง	1	ซูการ์ ฮัท รีสอร์ท	56	391/18 หมู่ 10 ทิศพระยา นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 251686-8, 364186-8	(038) 251689	8,430	14,120
รีสอร์ท	บางละมุง	2	ไดอาน่า การ์เด็น รีสอร์ท	219	209/112 หมู่ 6 - พัทธาเหนือ - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 415212-3	(038) 425469	1,500	2,300
รีสอร์ท	บางละมุง	2	วู้ดแลนด์ รีสอร์ท	81	164/1 หมู่ 5 พัทธา - นาคเกลือ นาคเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421707, 425661-2	(038) 425663	1,500	3,000
รีสอร์ท	บางละมุง	2	ตราทอง บีช รีสอร์ท	63	411 หมู่ 12 - ชายหาดจอมเทียน - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 706364-7	(038) 706368	1,500	1,800
รีสอร์ท	บางละมุง	2	แกรนด์ บีช รีสอร์ท	26	318/84 หมู่ 42 คงคา หาดจอมเทียน นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 303303-4	(038) 254628	2,200	3,000
รีสอร์ท	บางละมุง	3	ลีลาวดี ลากูน รีสอร์ท	96	155 - เพชรตระกูล - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 415999	(038) 415990	1,000	1,500
รีสอร์ท	บางละมุง	3	ไมค์ ออริคิเด รีสอร์ท	66	239 หมู่ 9 4 ชายหาด - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 362192	(038) 362193	1,000	1,500
รีสอร์ท	บางละมุง	3	แคปเบ้ง & คอนดอมส์ รีสอร์ท	53	366/11 หมู่ 12 4 พระตำหนัก นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 250035, 250556	(038) 250034	1,483	2,119
รีสอร์ท	บางละมุง	3	รบา ฮัท รีสอร์ท	36	64/101 บัวขาว พัทธากลาง นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 720849-51	(038) 720852	1,000	2,500
รีสอร์ท	บางละมุง	4	ภูพญา รีสอร์ท	161	171 / 2 หมู่ 10 พัทธาใต้ 17 พัทธาสาย 3 - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 713732-5	(038) 233405	800	2,400
รีสอร์ท	บางละมุง	4	เดอะบีช	50	164/9 หมู่ 5 นาคเกลือ 20 พัทธา-นาคเกลือ นาคเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 371200-4	(038) 371205	800	1,200
รีสอร์ท	บางละมุง		อนันตยา รีสอร์ท	0	301 หมู่ 12 - ชายหาดจอมเทียน - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 706441-43	(038) 706440	0	0
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	4	เจ. เฮ้าส์	30	595/2-3 หมู่ 10 ชายหาด นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 420852, 710150	(038) 429446	550	600
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	4	สกาย รูน	10	144/13-15 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 756248-9		500	500
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	ลิ่ง การ์เด็นโฮมส์	39	12 หมู่ 6 นาคเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 421921, 370162-3		400	400
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	ด้อย เขาเพลิน	27	519/24-25 ซิดอน 13 พัทธาสาย 2 พัทธากลาง บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421489		150	450
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	เดอะ บีช โฮเต็ล	24	437/86-91 ยศศักดิ์ นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 428020	(038) 429168	350	500
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	ฮันนี่ เฮ้าส์	13	503/507 หมู่ 10 พัทธาสาย 2 นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 421543-4, 424396-7	(038) 421946	150	250
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	จันทร์หา เกสต์เฮ้าส์	12	75/29 หมู่ 12 5 จอมเทียน นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231739		200	300
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	แจน เกสต์เฮ้าส์	12	98 หมู่ 10 ชายหาด-พัทธาใต้ นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 422899		400	400
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	ทิวลิป เฮ้าส์	11	344/12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231319		350	500
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	มณฑนา 1	10	325/1-3 พัทธาแลนด์ 1 นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425912-3, 425915		250	500
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	เจ. บี. เกสต์เฮ้าส์	8	75/14 หมู่ 12 5 หาดจอมเทียน นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231581	(038) 231582	350	350
เกสต์เฮ้าส์	บางละมุง	5	มาลินี เกสต์เฮ้าส์	8	183/82-84 หมู่ 10 ไปรษณีย์ นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428667		250	300
บังกะโล	บางละมุง	1	เอราวัณ รีสอร์ท	60	130/1 หมู่ 12 - ชัยพฤกษ์ นองปรีอ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231723-4	(038) 231725	10,000	25,000
บังกะโล	บางละมุง	1	เอ. เอ. วิลล่า	45	288 หมู่ 5 หาดวงพระจันทร์ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225515-8, 225514	(038) 225514	3,850	5,500
บังกะโล	บางละมุง	1	พัทธา ลอดจ์	33	334 หมู่ 5 พัทธา-นาคเกลือ นาคเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 225464, 225538-9, 225977-8	(038) 225978	2,700	3,800
บังกะโล	บางละมุง	1	วิลล่า นาวิณ	20	350 หมู่ 12 หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231065-7, 231316-7	(038) 231318	2,500	3,800
บังกะโล	บางละมุง	2	เบลล่า วิลล่า	77	8/82 หมู่ 6 - พัทธาสาย 3 - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 415410-12	(038) 415414	1,700	12,000
บังกะโล	บางละมุง	3	เกาะล้าน รีสอร์ท	20	เกาะล้าน บางละมุง ชลบุรี 20260	(02) 9390254-5		1,290	1,990
บังกะโล	บางละมุง	3	จอมเทียน ซาเลต์	20	57/1-2 หมู่ 1 หาดจอมเทียน นาคจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231205-8	(038) 231209	1,100	1,300

ประเภทที่พัก	อำเภอ	ระดับราคา	ชื่อ	จำนวนห้องพัก	ที่อยู่	โทรศัพท์	โทรสาร	ราคาต่ำสุด	ราคาสูงสุด
บึงกะโล	บางละมุง	3	ศาลา จอมเทียน	15	ดิศรนาครไทยพาณิชย์ หาดจอมเทียน บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231074-5		1,000	2,300
บึงกะโล	บางละมุง	3	ชมทะเล	13	321/6 หมู่ 12 หาดจอมเทียน หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231070	(038) 231304	1,000	3,000
บึงกะโล	บางละมุง	4	ซี ลอจจ์	85	170/1 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 425128-9	(038) 425129	550	650
บึงกะโล	บางละมุง	4	มูนไลท์ ออน ซี	42	207 หมู่ 5 นาเกลือ 12 พัทยา-นาเกลือ นาเกลือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 225252-3	(038) 225253	800	7,200
บึงกะโล	บางละมุง	4	พาร์กซ์ ปาร์ค	32	73/1 พรประภานิมิตร บางละมุง ชลบุรี 20260	(081) 3210331, 2123115		550	1,500
บึงกะโล	บางละมุง	4	จอมเทียน ฮิลล์ รีสอร์ท	30	384/36 หมู่ 12 หาดจอมเทียน หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 231527-8	(038) 231530	500	800
บึงกะโล	บางละมุง	4	บ้านวังหิน	12	231/9 หมู่ 12 หาดจอมเทียน หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 231090		800	800
บึงกะโล	บางละมุง	5	เดอะคอตเทจ	79	78/36 หมู่ 9 พัทยาสาข 2 หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 425650, 425660	(038) 425650	450	650
บึงกะโล	บางละมุง	5	แสงแก้ว	30	147 หมู่ 10 ซาดหาด-พัทยาใต้ หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428085, 422369-71		300	500
บึงกะโล	บางละมุง	5	รอยัล โนท์	20	362 5 ซายหาด หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 428038	(038) 428735	350	500
เรอวิดี	อาหารทฯ บางละมุง	1	ซูการ์โฮม	43	3/333 หมู่ 6 สาย 3 พัทยาเหนือ หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 415500-4	(038) 415504	9,000	10,000
เรอวิดี	อาหารทฯ บางละมุง	2	จันโชน์ วิลล่า	129	201/1 หมู่ 9 3 ซายหาด - บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 414760-7	(038) 414769	2,200	6,000
เรอวิดี	อาหารทฯ บางละมุง	2	รอยัล คลิฟ การ์เด็น	49	377 เขาพระตำหนัก พัทยาใต้ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 306316	(038) 306317	1,800	4,000
เรอวิดี	อาหารทฯ บางละมุง	3	เรอวิดี การ์เด็น	70	146/107 หมู่ 10 พัทยาใต้ ทัพพระยา บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 364314-5, 364261-7, 364316	(038) 364450	1,200	2,000
อาหารทเมนท์	บางละมุง	2	เอ็ม. เอส. วิลล่า	25	295 หมู่ 5 พัทยา-นาเกลือ เมืองพัทยา บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 429727		1,700	2,600
โมเต็ล	บางละมุง	4	กุ๊กวิวิ รีสอร์ท	30	81/1 หมู่ 6 พัทยาเหนือ หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20260	(038) 424599		580	580
เรอวิดี	บางละมุง	3	สถานพักผ่อนกม.135	44	106 สุขุมวิท กม.135 บางละมุง บางละมุง ชลบุรี 20150	(038) 241357, 241324, 240274	(038) 241357	1,150	1,450

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด
ของบริการที่พักในพัทยา

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้บริการที่พักในพัทยา ข้อมูลที่ได้รับจักเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาของผู้วิจัย ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป จึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักในพัทยา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับข้อมูลและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15-30 ปี 2. 31-45 ปี
 3. 46-60 ปี 4. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส
 3. หย่า, หม้าย 4. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่า / เท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 3. อนุปริญญา 4. ปริญญาตรี
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. นักเรียน / นักศึกษา 2. เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน / ธนาคาร 4. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 5. ทำงานบ้าน 6. รับจ้าง

6. รายได้

1. น้อยกว่า 10,000 บาท 2. 10,000 - 15,000 บาท
 3. 15,001 - 30,000 บาท 4. มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักในพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหรือเติมข้อมูลลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเคยมาพักที่พัทยาแล้วจำนวนกี่ครั้ง

1. จำนวน 1 ครั้ง 2. จำนวน 2 ครั้ง
 3. จำนวน 3 ครั้ง 4. จำนวนมากกว่า 3 ครั้ง

2. ท่านเดินทางมาพัทยาโดยวิธีใด

1. รถยนต์ส่วนตัว 2. รถทัวร์/รถโดยสาร
 3. รถไฟ 4. อื่นๆ.....

3. ท่านเดินทางมาพัทยานับกับใคร

1. คนเดียว 2. ครอบครัว/ญาติ
 3. คู่รัก 4. เพื่อน
 5. บริษัท/ที่ทำงาน

4. ที่พักประเภทใดที่ท่านเลือกใช้บริการ

1. โรงแรม/รีสอร์ท 2. เกสต์เฮ้าส์
 3. บ้านหรือคอนโดมิเนียมของญาติหรือของตนเอง 4. อพาร์ทเมนท์, คอนโดเทล, บังกะโล
 5. บ้านพักรับรอง 6. อื่นๆ.....

5. ท่านรู้จักที่พักโดยการเปิดรับสื่อชนิดใด

1. สื่อมวลชนทั่วไป (นสพ., วิทยุ, โทร., ฯลฯ) 2. สื่อบุคคล (คนรู้จัก, เพื่อน, ญาติ)
 3. สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์, โบรชัวร์, ฯลฯ) 4. ททท.
 5. บริษัททัวร์ 6. อินเทอร์เน็ต
 7. อื่นๆ.....

6. ท่านใช้บริการที่พักจำนวนกี่วันในแต่ละครั้งที่เข้าพัก

1. 1 คืน 2. 2 คืน
 3. 3 คืน 4. มากกว่า 3 คืน

7. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

1. ราคา 2. ความสะอาดสบาย
 3. การบริการ 4. ทำเลที่ตั้ง
 5. ความมีชื่อเสียง 6. อื่นๆ.....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักในพัทยา

คำสั่งแจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ตามความเป็นจริงที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ประเด็นของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รายละเอียดที่พัก					
- คุณภาพของที่พัก					
- ชื่อเสียงของที่พัก					
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก					
- ความสะอาดสบายในการพัก					
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
- มีบริการด้านอื่นๆ เช่น แพ็กเกจทัวร์					
รถรับส่งจากสถานีขนส่ง, สนามบิน					
2. ราคา					
- ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับการบริการ					
- ราคาอาหารเช้าคุ้มค่าเหมาะสมกับการบริการ					
- ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
3. สถานที่พัก					
- บรรยากาศรอบที่พัก					
- ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งบันเทิง แหล่งบริการ					
- ความสะดวกในการเดินทางไปยังที่อื่น					
4. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์					
- ลดราคาในช่วง low season					
- มีชื่อเสียงจากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์					
- จัดนิทรรศการในงานท่องเที่ยวต่างๆ					
- ร่วมมือกับ ททท. และการท่องเที่ยวท้องถิ่น					
- มีของขวัญพิเศษให้กับลูกค้าประจำ					

ประเด็นของความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. พนักงาน					
- กริยาสุภาพเรียบร้อย					
- บริการได้ประทับใจ					
- พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ					
6. ช่วง เวลา					
- จัดกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลวันปีใหม่ , วันสงกรานต์					
- กำหนดราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสมในฤดูกาลท่องเที่ยว (high season, low season)					
- ระยะเวลาในการเดินทางมาที่ที่พัก					

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กองข่าวสารการท่องเที่ยว. สำนักงาน ททท.ภาคกลาง เขต 3. กรุงเทพฯ : กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่
ฝ่ายบริการการตลาด, 2549

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปี 2548 ภาคตะวันออก.
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548.

กิตติมา ปรีดีลภ. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนคริน-
ทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2534.

ธวัชชัย วงศ์กัณหา. Compact Guide : พัทยา & ชลบุรี. (1). กรุงเทพฯ : แพนสยาม, 2548.

นิยม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งส
เฮ้าท์, 2536.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธีวัฒนา, 2538.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษ
, 2538.

.....การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเทกซ์ , 2541.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการสำรวจการเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศของชาวไทย ปี 2545. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สมควร กวียะ. ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์, 2546.

สุรัตน์ ศรีสุกุล. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : พ.ศ.พัฒนา, 2548.

เอกสารอื่น ๆ

นุสรรา แสงรัตน์. "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องพักรที่มีต่อการบริการส่วนหน้า : กรณีศึกษาที่พักราคาประหยัดสำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

บุญฤทธิ์ ลิ้มฉุ่น. "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

ปิยะ หนูนิล. "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

พรรณพัชร อธิธิโอภาสกุลและคณะ. "โครงการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักสำหรับ SMEs ในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญของประเทศไทย." รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สนับสนุนโดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

มลธิชา ไชยบาล. "ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของรีสอร์ทในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2548.

มาโนช การพนักงาน. "ความพึงพอใจ 98 ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

BOOKS

Francis Butler. Hotel and Good Services Marketing. London: Cassell Education Ltd, 1986.

Milton T. Astroff and James R. Abbey. Conventional Management and Service:5th ed; New Jersey : Waterbury Press. 1998.

Vroom, W.H. Work and Motivation. New York: John Wiley and Sons, Inc, 1964.

Wolman. Benjamin B. Dictionary of Behavioral Science. Van Nostrand: Reinheld Company , 1975.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวพรพิมล ทับแก้ว
วัน เดือน ปีเกิด 4 สิงหาคม 2519
สถานที่เกิด เพชรบูรณ์

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนหอวัง
ปีการศึกษา 2543 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต
วิชาเอก Food Science and Nutrition
จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2544 – 2546 ตำแหน่ง QC. Supervisor
บริษัทสยามเคลี่ฟูคส์ จำกัด
พ.ศ. 2547 - 2548 ตำแหน่ง R&D Supervisor
บริษัทสยามเคลี่ฟูคส์ จำกัด
พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายเอกสาร
บริษัทคำนวณ คอมเมอร์เชียล จำกัด