

อภิธาน์พจนานุกรม



สำนักหอสมุด

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี



นิพนธ์ ชูขำ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
วันลงทะเบียน - 6 ต.ค. 2551
เลขทะเบียน 1 4 95 จจจจ ๘๘
ปี ๒๕
เลขเรียกหนังสือ ๒
155

.T5
น626ก
2551

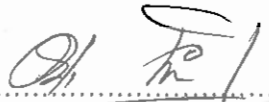
วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา


หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว


พฤษภาคม 2551

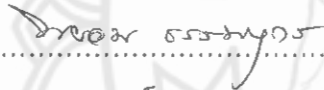
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี" ของ นิพนภรณ์ ชูขำ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินดา เจียมศรีพงษ์)


.....กรรมการ
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิ์มอล)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พยอมน ธรรมบุตร)

อนุมัติ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิงนิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

16 พฤษภาคม 2551

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ ประธานที่ปรึกษา และขอกราบขอบพระคุณดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล กรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีที่ปรึกษา พร้อมการให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ พร้อมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์มหาวิทยาลัยนเรศวร นักวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอำเภอเกาะสมุย ชมรมพ่อครัวไทยเกาะสมุย และผู้บริหารโรงแรมต่างๆ ท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว อันเป็นข้อมูลสำคัญ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ที่กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบคุณเพื่อนๆ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี รุ่น 42 เพื่อนสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครใต้รุ่น 47 เพื่อน Sat – Sun Hotel 49 มหาวิทยาลัยนเรศวร และนักศึกษาทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน

เหนือสิ่งอื่นใด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และบุคคลใกล้ชิดอันเป็นที่รัก ของผู้วิจัย ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนในทุกด้าน อย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ ต่อการนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านที่ธุรกิจโรงแรมและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ไม่มากนักน้อย

นิพนธ์ ชูข้า

ชื่อเรื่อง	การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้วิจัย	นิพนภรณ์ ชูขำ
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550
คำสำคัญ	โรงแรม กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย และใช้บริการโรงแรมในกลุ่ม 1 (โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักขั้นต่ำ ตั้งแต่ 2,500 บาท/ห้อง/คืน ขึ้นไป) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และ one-way ANOVA และวิธีการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ ใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-square)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมีถิ่นที่พำนักอาศัยอยู่ประเทศเยอรมนี ส่วนด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจองห้องพักโดยผ่านบริษัททัวร์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรมมากที่สุด คือ ตัวนักท่องเที่ยวเองจะเข้าพักที่โรงแรมประมาณ 2-3 คน ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน และมีใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งประมาณ 4,501-5,500 บาท ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านกระบวนการให้บริการเป็นอันดับแรก และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดคือด้านราคาของโรงแรมและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

Title	A STUDY ON FACTORS THAT INFLUENCE DECISION MAKING OF TOURIST IN CHOOSING A HOTEL IN SAMUI ISLAND DISTRICT AT SURATTHANI PROVINCE
Author	Nipaporn Chukham
Advisor	Associate Professor Sujinda Chemsripong,Ph.D.
Co-Advisor	Srisuda Chongsithiphol,D.B.A.
Type of Degree	Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management, Naresuan University, 2007.
Keywords	Hotel, Marketing strategies for hospitality Industry.

ABSTRACT

This research has a purpose to study on factors that influence decision making of tourists in choosing a hotel in Samui Island district at SuratThani Province.

The study was conducted by using questionnaires with 400 guests who stay in hotels in Samui Island district with room rate averaging between more than 2,500 bath per night by conducting 400 groups of accidental sampling and use of the complete questionnaire for an implementation in this research. The statistic used for data analysis includes to analyzed are frequency distribution, percentage, standard deviation, t-test statistic value and one-way ANOVA. Chi-square was used for data hypothesis testing to examine the relation as analysis information the result study indicated that the average use of a hotel in Samui Island district at SuratThani Province were females, between the ages of 21-30 years old with Bachelor's Degree employed with an income rate at 20,001-30,000 Bath. Most of the tourists came from Germany. The behavior of tourists using services accommodation made reservation through travel Agent or Tour operator, Me most influential arson who make a decision on accommodation choosing is the tourist himself/herself. Usual for about 2-3 persons use the 1-2 service per month and usually spend 4,501-5,500 Bath. The last Influential factors decision making are hotel 's price and physical evidence environment.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.....	15
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม.....	26
ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอเกาะสมุย.....	36
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4 ผลการวิจัย	58
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของท่องเที่ยว.....	58
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	61

สารบัญ

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรมใน อำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	64
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	68
5 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	102
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผล	106
ข้อเสนอแนะ.....	110
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	118
ประวัติผู้วิจัย.....	142

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ในการใช้บริการโรงแรมใน อำเภอ เกาะสมุย มากที่สุดใน 5 อันดับ.....	8
2	คำถาม-คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	24
3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรม 5 อันดับแรก.....	51
4	แสดงข้อมูลสถานพักแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2549.....	51
5	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว.....	58
6	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรใช้บริการโรงแรมในเขต อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	61
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	64
8	สรุประดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	68
9	แสดงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมมี ความสัมพันธ์กัน.....	69
10	แสดงผลการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวตปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ.....	70
11	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว ตปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขต อำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ.....	71
12	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว ตปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในเขตอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ.....	72

สารบัญญัตราสาร (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	73
14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	74
15	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	75
16	แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	76
17	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ.....	79
18	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ.....	79
19	แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	81
20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	84

สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย.....	85
22	แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	86
23	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พักอาศัย.....	89
24	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พักอาศัย.....	90
25	แสดงการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พักอาศัย เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	91
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจ้องห้องพักของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	94
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	95
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี.....	97
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	98
31	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	99
32	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	99
33	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	100
34	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	129
35	สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2550 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	131
36	แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามเพศปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี.....	132
37	แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามอาชีพ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี.....	132
38	แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับของรายได้ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	133
39	แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	133
40	แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	134
41	แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมเยือน จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	134
42	แสดงรายชื่อโรงแรม กลุ่ม 1 ปี 2550 ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	134

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค..... | 6 |
| 2 | แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค..... | 10 |
| 3 | แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 12 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทางด้านธรรมชาติและแหล่งโบราณสถานรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวในปัจจุบันภาครัฐได้ให้การฟื้นฟูสนับสนุนในทุกจังหวัดของประเทศ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยทั้งในด้านการขยายตัวและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจก็คือ ธุรกิจโรงแรม เนื่องจากมีอัตราการเจริญเติบโต จากแนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ตั้งเป้าไว้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ต่อหัวจะขยายตัวจากปี 2549 ที่ร้อยละ 8.4 และร้อยละ 5.0 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง พบว่าหากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 100,000 คนจะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2550 เพิ่มขึ้นประมาณ 3,700 ล้านบาท นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ.2547-2551 เพื่อเป็นกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย กำหนดวิสัยทัศน์ให้ "ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายในปี 2551" และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคน หรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550) นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร ในบรรดาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้เลือกเดินทางเข้ามาเป็นอย่างมาก คือ ภาคใต้ของประเทศไทย ในอัตรารายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ย 143,724.10 ล้านบาท ดังนั้นจึงเล็งเห็นเสถียรภาพทางการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจุดยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของฝั่งทะเลอ่าวไทย ของภาคใต้และเป็นที่ยึดเหนี่ยวใจต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปข้อมูลด้านสถานที่พักแรมในปี 2551 ทั้งสิ้น 102 โรงแรม จำนวนห้องพัก 15,436 ห้อง (กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

การเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุย ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งของฝั่งอันดามันยังไม่เข้าสู่ภาวะปกติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วน หันเหเปลี่ยนจากแหล่งท่องเที่ยวเดิมมาใช้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ทดแทนอย่างเกาะสมุย ประกอบกับมีเรือนำเที่ยวของแปซิฟิก สกาย และเรือซิลเวอร์ชาโดว์ ซึ่งนำนักท่องเที่ยว

มาจากมาเลเซียและสิงคโปร์ เวะท่องเที่ยวที่เกาะสมุย รวมทั้ง ภาครัฐและเอกชนได้ร่วมกันจัดกิจกรรมกระตุ้นกระแการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การแข่งขันเรือใบ "เกาะสมุยรีกัตต้า" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการดึงดูดลูกค้าระดับไฮเอนด์ ในกลุ่มนักเล่นเรือใบและเรือยอร์ช และการจัดโรดโชว์ต่างประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการขยับตัวเพิ่มขึ้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นตลาดหลัก คือเยอรมนี สหราชอาณาจักร ออสเตรเลียและกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ขณะเดียวกัน ตลาดรัสเซีย แม้จะมีจำนวนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยประมาณ 20,000 คน แต่มีแนวโน้มการเติบโตอยู่ในทิศทางที่ดี จัดเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมดี และยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับบริการที่สะดวกสบายและมีคุณภาพ จึงเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง ดังนั้น เป็นโอกาสของเกาะสมุยที่จะรองรับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในด้านการให้บริการโรงแรมและรีสอร์ท รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมที่มุ่งตอบสนองความสนใจเฉพาะด้าน อาทิ ดำน้ำ กอล์ฟ กิจกรรมเพื่อสุขภาพและสปา สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 4.56 วัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา และจากจำนวนนักท่องเที่ยว คืนพัก และการใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 3,006.38 บาท เมื่อนำมาคำนวณหารายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวน 14,001.28 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 1,635.25 บาท ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนรวมเป็นเงิน 15.01 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในเกาะสมุยจะเท่ากับ 14,016.29 ล้านบาทหรือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 3,003.69 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่าสถานการณ์ด้านการพักแรม พบว่า จำนวนห้องพักในเกาะสมุยมีการขยายตัวสูงขึ้นเป็น 13,290 ห้อง โดยคิดเป็นอัตราการเพิ่มเท่ากับร้อยละ 4.08 ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ 68.29 เพิ่มขึ้นจากเดิมโดยนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในสถานพักแรมเพิ่มขึ้นคือ 7.42 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือเข้าพักแรม และยังมีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมอย่างเพื่อต้อนรับทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจการโรงแรม เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญยิ่ง กล่าวคือ เป็นอุตสาหกรรมที่อำนวยความสะดวกสบายและบริการต่างๆให้แก่ผู้เดินทาง และนักท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในเมืองไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี เนื่องจาก ที่พักและอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ห่างไกลจากบ้าน ซึ่งในธุรกิจโรงแรมได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆ ขึ้นอยู่กับประเภทและขนาดของโรงแรม

จะเห็นได้ว่าการบริการงานโรงแรมให้มีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเทศให้ได้ประสิทธิภาพ ในทุกด้าน นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวในแต่ละคนย่อมมีความต้องการและการตัดสินใจที่ต่างกันออกไป หากโรงแรมไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวได้ ย่อมก่อให้เกิดปัญหาความไม่พึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นมักเกิดจากความไม่ได้มาตรฐานในการให้บริการของโรงแรมในด้านต่างๆ หากระยะเวลาปัญหาดังกล่าวยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง ย่อมส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของกิจการโรงแรม และสภาวะการท่องเที่ยวของประเทศ

ดังนั้นการที่เจ้าของหรือผู้บริการโรงแรมควรทำการปรับปรุงพัฒนามาตรฐานโรงแรมรวมทั้งการบริการในทุกด้านให้ดีและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม และสิ่งสำคัญคือ การสืบค้นความรู้สึกนึกคิดและปัญหาที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรมว่ามาจากสิ่งใดบ้าง เพื่อสามารถกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ประกอบการกิจการโรงแรม ผู้บริหาร ตลอดจนพนักงานของโรงแรมทุกคนต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจน เพื่อการบริหารงานและการปฏิบัติงานในโรงแรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการ โดยมุ่งความสำคัญไปที่ลูกค้าเป็นหลัก และผู้ประกอบการกิจการโรงแรมสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจ ตลอดจนปรับปรุงการบริการและพัฒนามาตรฐานของโรงแรมให้สอดคล้องกับความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า อันจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีแก่ธุรกิจโรงแรมไทยในสายตานักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. ทราบแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านที่ธุรกิจโรงแรมและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ ในการศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในธุรกิจโรงแรม

ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและนักท่องเที่ยวที่มาจากหลายประเทศ ไม่สามารถจะทำการสอบถามได้ครอบคลุมทุกประเทศ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้เป็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จึงทำได้เฉพาะนักท่องเที่ยวที่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้เท่านั้น โดยการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการศึกษา โรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งใช้โรงแรมที่นักท่องเที่ยว ใช้บริการอยู่ในระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือน มกราคม 2551
2. ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มที่เดินทางมาเอง โดยอิสระ และมากับบริษัทนำเที่ยว ทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งใช้บริการโรงแรมกลุ่ม 1 ในอำเภอเกาะสมุยมากที่สุด แบ่งตามสัญชาติใน 5 อันดับแรก

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย มากที่สุดใน 5 อันดับ

จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย		
ลำดับ	สัญชาติ	มกราคม-ธันวาคม 2550 (หน่วย: คน)
1	U.K.	127,479
2	Germany	113,282
3	Thai	77,960
4	Australia	65,532
5	Sweden	35,545
Total		419,798

ที่มา กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

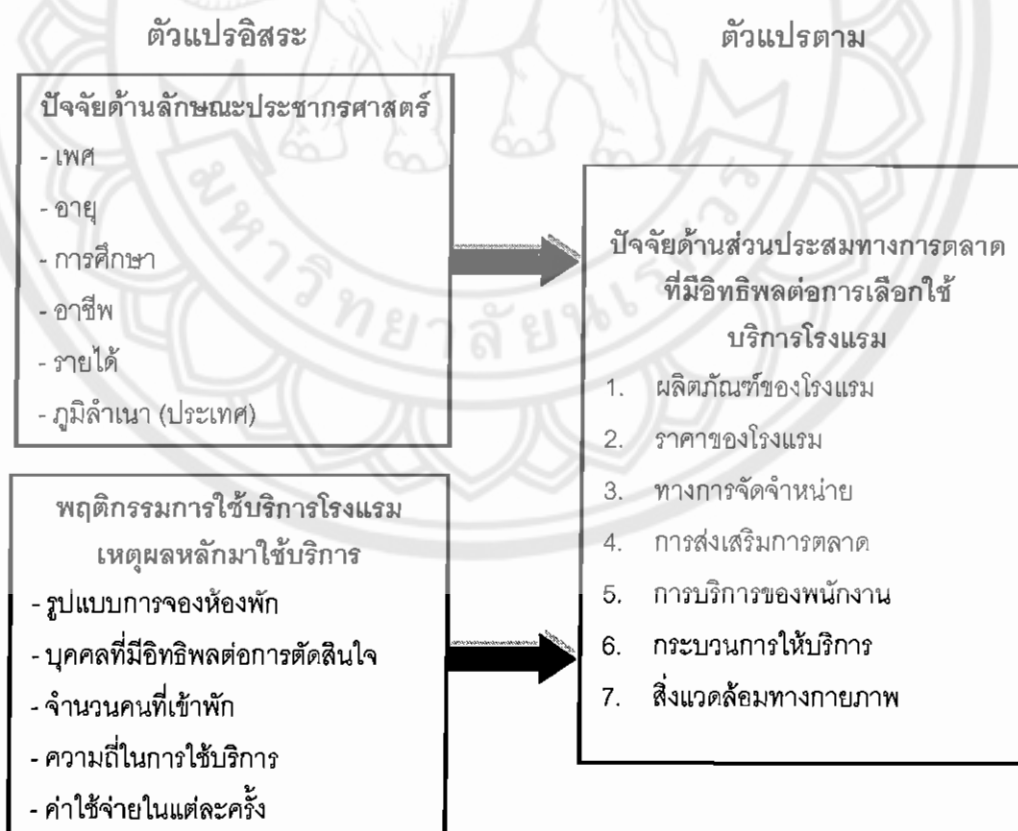
1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนและภูมิภาค (ประเทศ)

1.2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในด้าน เหตุผลหลักมาใช้บริการ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวนคนที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงแรม ดังกล่าวในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการใน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กัน
2. ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานบริการที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่ต้องการจะหาที่พักอาศัยชั่วคราวหนึ่ง (มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม, 2548:16) ในที่นี้หมายถึงโรงแรมที่มีอัตราค่าบริการตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อัตราการเข้าพัก หมายถึง อัตราร้อยละของจำนวนคืนพักต่อผลคูณของห้องพักกับจำนวนวันในระยะเวลาหนึ่ง โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{อัตราการเข้าพัก 1 ปี} = \frac{\text{จำนวนคืนพักตลอดปี} \times 100}{365 \times \text{จำนวนห้องพักทั้งหมด}}$$

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากห้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตน ไปยังท้องถิ่นที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่ เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ (พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 มาตรา 3) เพื่อการท่องเที่ยวและใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย

การให้บริการโรงแรม หมายถึง การเข้าพักค้างคืนในห้องพักของโรงแรม

ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิภาค (ประเทศ)

พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม หมายถึง รูปแบบการจองห้องพักบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวนคนที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม (Product)

1.1 ชื่อเสียงของโรงแรม

- 1.2 การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกห้องพักมีความเหมาะสม
- 1.3 การบริการอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ
- 1.4 การรักษาความปลอดภัย
- 1.5 สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก
2. ราคาของโรงแรม (Price)
 - 2.1 การลดราคาของห้องพัก
 - 2.2 ถูกกว่าโรงแรมอื่นที่ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน
 - 2.3 ราคาห้องพักที่ระบุชัดเจน
 - 2.4 ราคาเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 - 3.1 ขายตรง
 - 3.2 บริษัทนำเที่ยว
 - 3.3 จองผ่านอินเทอร์เน็ต
 - 3.4 จองผ่านเครือข่ายโรงแรม
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - 4.1 การโฆษณา ทาง อินเทอร์เน็ต
 - 4.2 การเสนอขายผ่านพนักงาน
 - 4.3 มีการจัดรายการพิเศษ (คูปองส่วนลด)
 - 4.4 การประชาสัมพันธ์โดยผ่านกิจกรรมทางสังคมและเทศกาลต่างๆ
 - 4.5 การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยว
5. การบริการของพนักงาน (People)
 - 5.1 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทสุภาพอ่อนโยน
 - 5.2 มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร
 - 5.3 ชุดเครื่องแบบในการปฏิบัติงานมีเอกลักษณ์
 - 5.4 มีความรู้ในเรื่องภายในจังหวัด
6. กระบวนการให้บริการ (Process)
 - 6.1 ระบบการรับจองทันสมัย
 - 6.2 มีระบบการจองห้องพักด้วยอินเทอร์เน็ต
 - 6.3 มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก

- 6.4 ขั้นตอนการการเข้าพักและคืนห้องพัก ไม่ซับซ้อน
- 7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)
 - 7.1 การออกแบบในภาพรวมเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย
 - 7.2 ทำเลที่ตั้งห้องพักใกล้จุดชมวิว
 - 7.3 มีลานจอดรถที่สะดวกและเข้าถึงห้องพักได้ง่าย
 - 7.4 ได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานของภาครัฐ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้ตรวจเอกสารดังนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม
4. ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอเกาะสมุย
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ การตอบสนองและการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 31) ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็น "ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาเหล่านั้น" คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ คือ

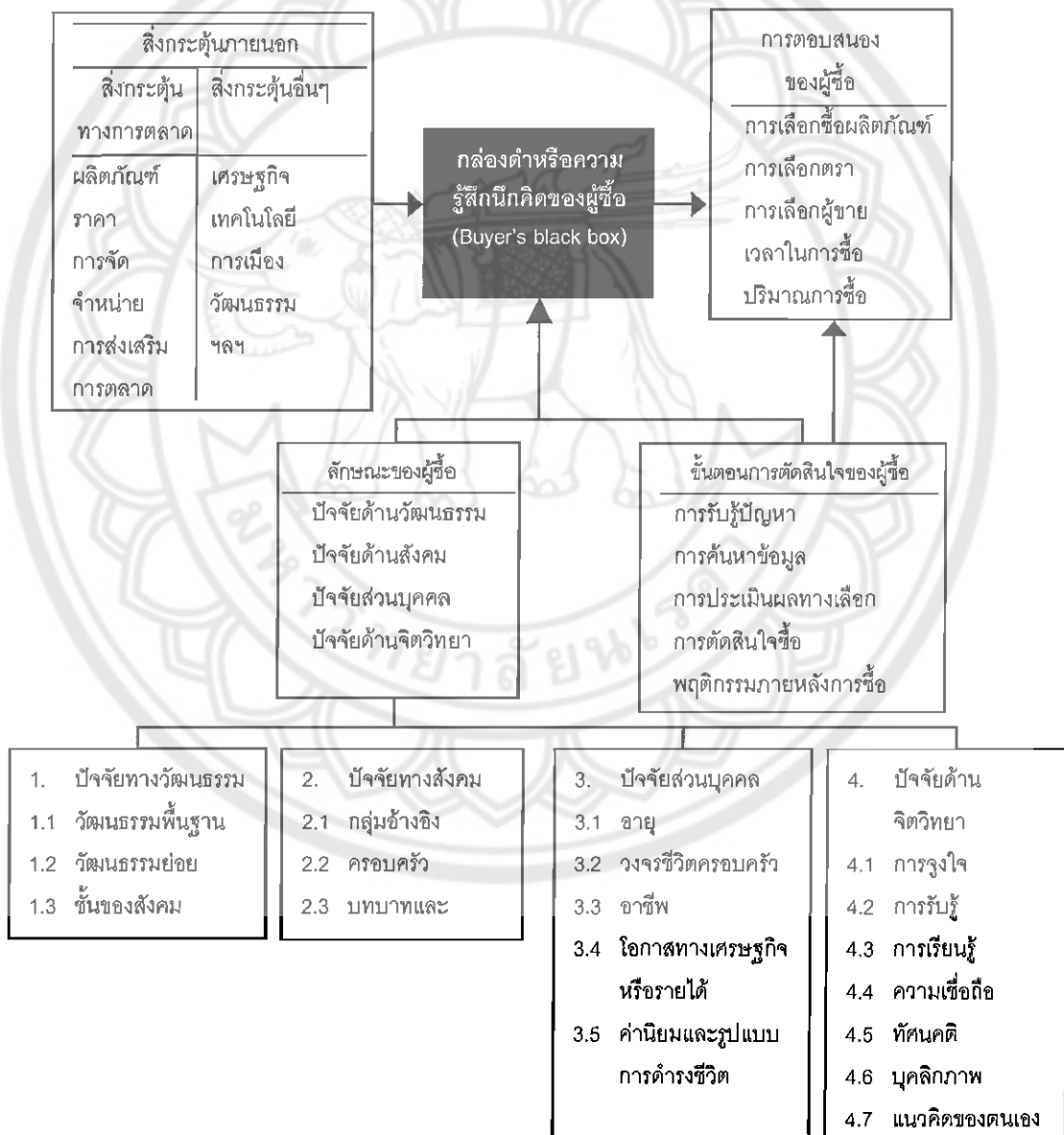
1. ปฏิกิริยาส่วนบุคคล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่ง การใช้ประโยชน์และการประเมินสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด

2. บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและ การใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมุ่งเน้นที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้า และบริการนำไปใช้บริโภคเองและ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยบริโภคต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัว นอกจากนี้ยังพิจารณาหน่วยบริโภคว่ารวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนซื้อของครอบครัว

3. กระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อ

ปฏิบัติการทางการตลาด เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย สื่อโฆษณา และการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกต่างๆ และปฏิบัติการต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากกระแญและพิจารณาทางเลือกต่างๆ เป็นอย่างดีแล้ว สรุปในที่นี้คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงบุคคลผู้บริโภค บริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้างที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค



ภาพ 2 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 68) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่าจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง มีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยีเช่นเทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงิน อัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือการรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 112) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) ไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยกันดังที่แสดงในภาพที่ 2.7 ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ โดยจะทำการเปรียบเทียบ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในการบริโภคได้หรือไม่



ภาพ 3 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. ความต้องการ การตระหนักถึงความต้องการมักเป็นจุดเริ่มของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการนี้อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยส่วนตัวที่อาจเป็น ประสบการณ์ในอดีต ความต้องการหักผ่อน หรือถูกกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อ คำบอกเล่าของเพื่อน/คนรู้จัก ธุรกิจควรรหาทางทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างบริการเพื่อสนองความต้องการนั้น

2. การหาข้อมูล ไม่จำเป็นเสมอไปที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการหากเกิดความแน่ใจและมีข้อมูลเพียงพออยู่แล้วหรือพร้อมที่จะซื้อในขณะที่เกิดความต้องการ แต่หากไม่เป็นเช่นนั้นการหาข้อมูลเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการซึ่งข้อมูลที่หามาจะมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เดิม ความกระตือรือร้นของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการหาข้อมูลแบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 3 แหล่งดังนี้

- 2.1 เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก
- 2.2 สื่อเชิงพาณิชย์
- 2.3 สื่อสาธารณะ

สื่อเชิงพาณิชย์นี้รวมถึง โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การจัดแสดง ส่วนสื่อสาธารณะนั้น เช่น การวิจารณ์/แนะนำสถานที่ต่างๆ

3. ประเมินทางเลือก ข้อคำนึงหลายๆอย่างในสินค้า/บริการเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประเมินตัวเลือก ตัวอย่าง การเลือกร้านอาหารข้อคำนึงในการประเมินตัวเลือกอาจเป็นอาหาร บริการ บรรยากาศ ที่ตั้งร้าน ราคา ข้อคำนึงเหล่านี้มีหลากหลายและนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีกลุ่มของข้อคำนึงเหล่านี้ไม่เหมือนกันขณะที่เดียวความสำคัญของข้อคำนึงแต่ละตัวนั้นมักจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตนอย่างไรก็ดีการเปรียบเทียบตัวเลือกของแต่ละคนมักมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น การรับรู้ ความอคติ ประสบการณ์ ทัศนคติ ฯลฯ กระบวนการเปรียบเทียบ/ประเมินตัวเลือกอาจมีความซับซ้อนต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจซื้อ ระหว่างขั้นตอนการเปรียบเทียบตัวเลือกถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อยังมีความตั้งใจซื้อเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทัศนคติของผู้ที่ใกล้ชิดหรือเกี่ยวข้องในการซื้อมักจะมาก่อน แต่ที่รวมถึงความต้องการของตัวผู้ซื้อเองด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือครอบครัวที่มีเด็ก การตัดสินใจซื้อบริการโดยบริการหนึ่งมีเด็กเป็นผู้ใช้บริการนั้นด้วย ความต้องการของเด็กจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อครั้งนั้น ปัจจัยอีกอย่างที่มีส่วนกระทบการตัดสินใจซื้อคือ เหตุการณ์ไม่คาดคิดเช่น ความต้องการใช้เงินไปกับสิ่งอื่นที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ทำให้การซื้อต้องพิจารณาข้อคำนึงใหม่และถูกยกเลิกไป

5. พฤติกรรมหลังซื้อการที่สินค้าบริการถูกซื้อยังไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจซื้อหากแต่พฤติกรรมหลังซื้อยังเกิดขึ้นตามมา พฤติกรรมหลังซื้อขึ้นอยู่กับความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้บริการแล้วซึ่งความรู้สึกอาจจะเป็นที่พึงพอใจหรือผิดหวัง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคาดหวังเทียบกับสิ่งที่ได้รับ หากสิ่งที่ได้รับมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังความพึงพอใจจะเกิด แต่หากน้อยกว่าย่อมเกิดความผิดหวัง ตัวกำหนดความคาดหวัง เช่น สื่อ คำแนะนำต่างๆ สำคัญต่อพฤติกรรมหลังซื้ออย่างยิ่ง

6. การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารเป็นจุดที่อาจก่อให้เกิดความคาดหวังที่ไม่ตรงกับความจริง เช่น การจองห้องพักในโรงแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งนอกฤดูท่องเที่ยว ราคาค่าที่พักถูกเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทราบ แต่นอกนั้นคือการที่โรงแรมไม่มีบริการต่างๆ เปิดให้บริการเหมือนในแผนพับเนื่องจากเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวผิดหวังกับการใช้บริการครั้งนั้น ผลคืออัตราการเข้าพักในโรงแรมอาจจะตกเป็นระยะเวลายาว

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลวัฒนธรรมแบ่งออกได้ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐานของบุคคลในสังคม

1.2 วัฒนธรรมในกลุ่มย่อยเช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นของสังคม การแบ่งชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมายรวมทั้งจัดสรรประสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการของแต่ละชั้นในสังคมได้ถูกต้องทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลทางด้านค่านิยม การเลือกพฤติกรรม การดำรงชีวิต และทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคลเนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ได้แก่ครอบครัว เพื่อน บ้าน ดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง

2.2 ครอบครัว มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล

2.3 บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่นครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์การ และสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ชั้นตอน วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทัศนคติ บุคลิกภาพ บทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (ฉลงศรี :2546 หน้า46)

4.1 ผู้ริเริ่ม เป็นผู้เสนอหรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก

- 4.2 ผู้มีอิทธิพล เป็นผู้กระตุ้นหรือชักจูงว่าควรซื้อหรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
- 4.3 ผู้ตัดสินใจซื้อเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการเช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน
- 4.4 ผู้ซื้อ เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
- 4.5 ผู้ใช้ เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

บูมส์และบริทเนอร์ (Kotler, 1997 p.427) กล่าวว่าวิธีการทางการตลาด 4Ps แบบเดิมนั้นมักจะให้ผลดีแก่สินค้า แต่ต้องปรับปรุงเพิ่มเติมสำหรับธุรกิจบริการนั้น เขาได้เสนอกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจบริการเพิ่มขึ้นอีก 3Ps นั่นคือ คน (people) สถานที่, เครื่องมือและอุปกรณ์ (physical evidence) และระบบการให้บริการ (process) รวมแล้วจะได้ 7Ps ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการโรงแรม จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของการบริการคุณภาพบริการ ระดับชั้นการบริการ

2. ราคา (price) ได้แก่ ระดับราคาของห้องพัก ส่วนลดทางการค้าอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (place) ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับตลาดบริการ รวมทั้งช่องทางจัดจำหน่ายอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) วิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณากิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การประชาสัมพันธ์โรงแรมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รู้จัก

5. บุคลากร (people) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (selection) การฝึกอบรม (training) การจูงใจ (motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่มมีการติดต่อกับลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) ธุรกิจบริการจำนวนมากที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพของบริการเข้ามาเกี่ยวข้องเนื่องจากลักษณะทางกายภาพจะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โดยทั้งนี้จะรวมถึงสภาพแวดล้อม ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศภายในร้านอาหาร สีสนของร้าน ผังที่ตั้งด้านความสะดวก ระดับเสียงเพลงรูปแบบที่โรงแรมให้บริการ เป็นต้น

7. ระบบการให้บริการ (process) ระบบการให้บริการ ได้แก่ นโยบายต่างๆ ภายในโรงแรม ขั้นตอนของการบริการการให้บริการที่รวดเร็วและประทับใจลูกค้า โดยต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า ที่มาใช้บริการเป็นหลัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 287) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการได้ดังนี้

บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น ดังนี้

1. สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้ กับผู้บริโภค
2. บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสมบุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มต้อนรับ พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย
3. เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์และทันสมัยมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ
4. วัสดุสื่อสาร (communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า
5. สัญลักษณ์ (symbols) ชื่อตราสินค้าและเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย
6. ราคา (price) การกำหนดระดับราคาควรให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ ในขณะนั้น และยังได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่ามีลักษณะดังนี้

6.1 การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

6.2 การติดต่อสื่อสาร (competence) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

6.3 ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

6.4 ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ ความเป็นกันเองมีวิจารณ์ญาติ

6.5 ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

6.6 ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

6.7 การตอบสนองของลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

6.8 ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหา

6.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงภาพบริการดังกล่าวได้

6.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding / knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 41) กล่าวว่า การวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) เป็นขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการออกแบบกลยุทธ์การตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของตลาด ดังนี้

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
2. กลยุทธ์ราคา
3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
4. กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์
5. กลยุทธ์การใช้พนักงาน
6. กลยุทธ์การสร้างอำนาจ
7. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

จากแนวความคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่าในธุรกิจบริการนั้นจะต้องคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของตลาดผู้บริโภคสมัยใหม่ ซึ่งผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม จะเห็นได้ว่ากล

ยุทธ์ศาสตร์ทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจบริการจะขาดมิได้ ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมต้องนำกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการมาพิจารณา เพื่อมาปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

การแบ่งส่วนตลาด คือ วิธีการที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในการใช้วิเคราะห์ความต้องการด้านการตลาด ตั้งอยู่บนข้อสมมุติฐาน 4 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวสามารถจัดแบ่งออกเป็นกลุ่มในการแบ่งส่วนของตลาดที่แตกต่างกันออกไป

2. ประชาชนต่างมีวันหยุดพักผ่อนและความต้องการหรือความชอบในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การแบ่งส่วนตลาดเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งของประชาชนเหล่านั้น

3. จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเฉพาะแหล่งหรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจต่อการแบ่งส่วนตลาดบางส่วนมากกว่าตลาดส่วนอื่นๆ เช่น การเดินทางท่องเที่ยวทางทะเล (Sea Cruise) อาจจะขายได้ดีกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวใสด

4. บริษัทธุรกิจการท่องเที่ยวหรือตัวแทนการท่องเที่ยวสามารถที่จะปรับปรุงตลาดการท่องเที่ยวของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น โดยการใช้ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ให้เป็นที่ดึงดูดต่อการแบ่งส่วนตลาดเฉพาะตลาดได้

เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว

เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด ได้แก่ มิติต่างๆ หรือลักษณะเฉพาะต่างๆ ของตลาดที่นำมาใช้ในการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆ เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดมีอยู่หลายหลักเกณฑ์ โดยใช้ตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรทางภูมิศาสตร์ (Geographic Variables) ตลาดนักท่องเที่ยวอาจแบ่งออกเป็นเขตๆ ตามสภาพทางภูมิศาสตร์ได้ เพราะลักษณะอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติความหนาแน่นของพลเมืองศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต ฯลฯ ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละเขตย่อมส่งอิทธิพลให้กับนักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีความอยากได้แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น การแบ่งเขตนักท่องเที่ยวออกเป็นภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวจากภาคกลาง นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันตก และ นักท่องเที่ยวจากภาคใต้ หรือการแบ่งเขตนักท่องเที่ยวออกเป็น ชีวโลกเช่น

นักท่องเที่ยวชาวยุโรป และนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นต้น โดยที่ธรรมชาติความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แบ่งตามตัวแปรทางด้านภูมิศาสตร์นี้มักจะต้องการที่จะได้พบเห็นหรือสัมผัสในสิ่งที่ท้องถิ่นของตนเองไม่มีหรือขาดหายไปเช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาเพื่อชมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวเอเชีย เป็นต้น

2. ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ตัวแปรประเภทนี้เป็นตัวแปรที่อยู่ในตัวนักท่องเที่ยวนั่นเอง เช่น อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว วัฏจักรชีวิตและครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนา และสัญชาติ เป็นต้น ตัวแปรประเภทนี้ได้รับความนิยมมากที่สุดในการนำมาใช้เป็นเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว เพราะความอยากได้ ความนิยม อัตราการใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์

2.1 ช่วงอายุและวัฏจักรชีวิต (Age and Life-cycle Stage) การที่มีการนำเอาช่วงอายุและวัฏจักรชีวิตมาเป็นเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว เพราะความต้องการการท่องเที่ยวและการพักผ่อนของบุคคลจะแปรเปลี่ยนไปตามวัย เช่น

2.1.1 วัยเด็กหมายถึงเด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยรุ่นไม่จัดว่าเป็นผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวเนื่องจากไม่มีรายได้และไม่สามารถไปท่องเที่ยวเองได้แต่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของครอบครัว

2.1.2 หนุ่มสาวโสด หมายถึง ผู้ที่เพิ่งจบจากโรงเรียนและเข้าทำงาน หรือกำลังศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย อายุเฉลี่ยของผู้ที่แต่งงานจะสูงขึ้น จำนวนคนกลุ่มนี้จึงมีมากขึ้น รายได้มักจะสูงและการใช้จ่ายจะเป็นไปเพื่อของใช้ส่วนตัว การบริโภคเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ รถสปอร์ต เสื้อผ้าตามสมัยนิยม มหรสพ ของฟุ่มเฟือยบางอย่าง

2.1.3 หนุ่มสาวที่สมรสแต่ยังไม่มีบุตร กลุ่มนี้อยู่ในระยะที่เรียกว่า "ระยะนำฝั่งพระจันทร์" หรือ "ระยะตั้งหลักฐาน" ระยะนี้จะใช้เวลาประมาณ 2 ปีก่อนที่จะมีบุตร ระยะที่คู่สมรสสร้างหลักฐาน มีการซื้อบ้าน เครื่องอำนวยความสะดวกในบ้าน และมีการเดินทางท่องเที่ยวก่อนที่จะมีบุตร

2.1.4 วัยกลางคนที่มีบุตร เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด แบบแผนของชีวิตจะวนเวียนอยู่กับเรื่องของลูกๆ เรื่องของโรงเรียนรายได้จะดีกว่าหนุ่มสาวที่เพิ่งแต่งงานเพราะฐานะทางการเงินเริ่มสูงขึ้น การท่องเที่ยวจะเป็นการตามใจลูกๆ ในบ้านซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของครอบครัว

2.1.5 วัยเกษียณอายุหรือกลุ่มผู้สูงอายุ ค่าใช้จ่ายจะเป็นในเรื่องของการดูแลสุขภาพ บ้านพักพิเศษ อาหารพิเศษ และการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

เป็นกลุ่มที่มีทั้งเวลาและเงินเนื่องจากได้รับเงินบำนาญจากการเกษียณอายุการทำงานและมีเวลาร่าง เพราะไม่ต้องไปทำงานอีกต่อไป ประกอบกับมีฐานะที่มั่นคงเนื่องจากการทำงานสะสมเงินมาทั้งชีวิต ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวสูงที่สุด ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมักไม่ได้รับการเลี้ยงดูจากลูกหลานและมักจะมี รายได้หลักจากเงินบำนาญ ซึ่งรัฐบาลจะจ่ายให้ประชาชนที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป รายได้จากเงินบำนาญโดยเฉลี่ยครอบครัวละ 300,000 เยน (ประมาณ 80,000-100,000 บาท) ผู้สูงอายุอาจเลือกเดินทางไปพักผ่อนในประเทศอื่นในช่วงฤดูหนาว เพื่อหลีกเลี่ยงอากาศที่หนาวเย็น

2.2 เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น เพศหญิง ต้องการการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ คำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย และไม่ชอบการท่องเที่ยวที่ต้องเผชิญภัยหรือผจญผจญมากนัก ซึ่งตรงข้ามกับเพศชาย ที่ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยผจญผจญ

2.3 การศึกษา การศึกษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งผู้จัดการการท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพราะการศึกษาเป็นการเปิดโลกทัศน์ของคน การศึกษาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทาง คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า เนื่องจากคนที่มีการศึกษาสูงจะมีโลกทัศน์ที่กว้างกว่า ทำให้อยากไปดูหรืออยากไปสัมผัสกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา

2.4 อาชีพ อาชีพมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับรายได้และการศึกษา และแบบแผนชีวิตบางอย่างก็มีส่วนสัมพันธ์กับอาชีพบางอย่าง ปัจจัยทั้งหมดนี้มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยกลุ่มอาชีพที่เดินทางมากที่สุดต่อปี คือ ผู้มีอาชีพผู้จัดการหรือผู้บริหาร นอกจากนี้ยังมีพวก นักวิชาชีพ และผู้ที่ทำงานทางด้านเทคนิคก็จัดว่าเป็นกลุ่มคนทำงานที่มีการเดินทางมากด้วย เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะต้องเดินทางไป ติดต่องานหรือไปประชุมสัมมนาในที่ต่างๆ บ่อยครั้ง

2.5 รายได้ รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว อำนาจทางการซื้อเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งผู้จัดการทางการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาตลาดจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนมีอำนาจซื้อ จากการสำรวจของหลายหน่วยงานแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างรายได้ของครอบครัวและการเดินทางยิ่งรายได้มากขึ้นการเดินทางจะยิ่งมากขึ้นตามไปด้วย รวมไปถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมักนิยมเดินทางทางอากาศ ในขณะที่การเดินทางโดย รถประจำทางดึงดูดผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ หากมีการแบ่งประชากรออกเป็น 5 กลุ่ม ตามอันดับรายได้ (สูงมาก สูง ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ และต่ำ) จะพบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำ จะใช้จ่ายรายได้เพื่อการเดินทางต่ำกว่า 33% ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ สูงมากจะจ่ายเงินเพื่อการเดินทางสูงถึง 85%พวกที่มีรายได้สูงจะใช้จ่ายเงินมากเพื่อค่าที่พัก ค่าเที่ยว ค่าอาหาร และการซื้อของ

ช่วงอายุและวัฏจักรชีวิต เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่ยกมาเป็นตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงวิธีนำมาใช้ประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวของนักการตลาดเท่านั้น

3. การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวตามหลักจิตวิทยา การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวแบบนี้จะทำการแบ่งนักท่องเที่ยวออกไปตามระดับชนชั้นทางสังคมรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือบุคลิกภาพ

3.1 ระดับชนชั้นทางสังคม โดยทั่วไปเรามักจะแบ่งระดับชนชั้นทางสังคมของมนุษย์ออกเป็น สามระดับใหญ่ๆ คือ ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นต่ำ บุคคลที่อยู่ในระดับชั้นเดียวกันมักจะมี รายได้ อาชีพ การศึกษา อำนาจ หรือชาติตระกูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน พฤติกรรมที่แสดงออก รสนิยม และความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ คล้ายกัน ความนิยมในผลิตภัณฑ์ กิจกรรมยามว่าง หรือรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนก็จะคล้ายกันด้วย

3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นแบบแผนของการใช้ชีวิต อันเป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่าง แสดงออกมาในรูปของบุคลิกภาพ ซึ่งแต่ละคนจะถูกหล่อหลอมให้มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไรได้จากวิธีการจับจ่ายซื้อของ ตราของสินค้าที่ใช้ วิธีอบรมเลี้ยงดูบุตร วิธีตกแต่งบ้าน สโมสรที่เป็นสมาชิก กิจกรรมที่ทำในวันหยุด เป็นต้น เมื่อทราบรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแล้ว ผู้จัดการธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่างๆ ย่อมสามารถพัฒนาส่วนผสมตลาดที่เหมาะสมเข้าไปเสนอได้

3.3 บุคลิกภาพ ตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพมักจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวอย่างได้ผลในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจะนำเสนอต่อตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันกับคู่แข่ง และความอยากได้ของผู้บริโภคไม่สามารถจัดกลุ่มได้ด้วยตัวแปรอื่น ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายทางการท่องเที่ยวหลายรายจึงพยายามเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกับบุคลิกภาพของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวไว้ด้วยกัน

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมของผู้ซื้อ การแบ่งส่วนตลาดแบบนี้บรรดานักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในตลาดจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ตามความรู้ทัศนคติการใช้หรือปฏิบัติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

4.1 โอกาสในการซื้อ ผู้ซื้ออาจแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ตามโอกาสที่เกิดความอยากได้ โอกาสที่ทำการซื้อและทำการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น สายการบินแบ่งผู้โดยสารออกตามความประสงค์ในการเดินทางเป็น การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และการเดินทางเพื่อกลับไป

เยี่ยมบ้าน ทำให้มีการแบ่งที่นั่งโดยสารเป็นชั้นธุรกิจและชั้นธรรมดา บางสายการบินบริการเฉพาะเครื่องบินเช่าเหมาลำเพื่อการท่องเที่ยว

4.2 การหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว นั้น แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์รายการเดียวกัน อาจตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ ความอยากได้ของ นักท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน เช่น การใช้บริการสายการบิน นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง อาจเลือกเดินทางเพราะเห็นว่ารวดเร็วดี นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่าไม่เคยนั่งเครื่องบินมาก่อนจึง อยากลองนั่ง นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งเห็นว่ามีความสะดวกสบาย หรือมีบริการที่ดี ลักษณะของ การหาประโยชน์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวย่อมสามารถ นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดได้ และเมื่อนำผลิตภัณฑ์เสนอต่อนักท่องเที่ยวอาจใช้วิธีวาง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันให้สอดคล้องกับพฤติกรรมแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสร้างผลิตภัณฑ์ให้เน้นจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการ ประโยชน์ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มการนำเอาการแสวงหาประโยชน์จากผลิตภัณฑ์มาเป็นเกณฑ์ใน การแบ่งส่วนตลาดนี้มีข้อจำกัดอยู่อย่างหนึ่งว่า ผู้บริโภคส่วนมากมักอยากได้ประโยชน์หลายๆ อย่างจากผลิตภัณฑ์รายการเดียว

4.3 สถานภาพของผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยว สถานภาพของผู้ใช้บริการ ทางการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกตามประสบการณ์ของนักเที่ยวเป็น ผู้ไม่เคยใช้บริการทางการ ท่องเที่ยวมาก่อนเลย ผู้เลิกใช้บริการทางการท่องเที่ยวแล้ว ผู้มีศักยภาพว่าจะใช้บริการทางการ ท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และผู้ใช้บริการทางการท่องเที่ยวเป็นประจำ เมื่อแบ่งสถานภาพออกมาแล้ว ธุรกิจทางการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีส่วนครองตลาดสูง อาจต้อง ดำเนินความพยายามทางการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพว่าจะกลายเป็นผู้ใช้ครั้งแรกมา ใช้บริการเพื่อขยายตลาดออกไปอีก ส่วนธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก อาจต้องดำเนินความพยายาม ทางการตลาดเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของนักเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจทางการท่องเที่ยวของคู่แข่ง ขึ้นให้หันมาใช้บริการของตน

4.4 ความพร้อมที่จะซื้อบริการทางการท่องเที่ยวของนักเที่ยว ณ เวลาใด เวลาหนึ่งนั้นนักเที่ยวมีความพร้อมที่จะซื้อบริการทางการท่องเที่ยวไม่เท่ากันบางกลุ่มอาจยังไม่ ตระหนักว่ามีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจำหน่าย บางกลุ่มตระหนักแล้วบางกลุ่มได้รับข้อมูล เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้ว บางกลุ่มสนใจแล้ว บางกลุ่มอาจอยากซื้อแล้วและบาง กลุ่มตั้งใจจะซื้อแล้วความแตกต่างของความพร้อมที่จะซื้อนี้อาจนำมาใช้ในการแบ่งกลุ่ม

ตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่แต่ละกลุ่มต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเข้าไปเสนอแก่นักท่องเที่ยว

4.5 ทักษะคตินักท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ นักท่องเที่ยวที่มีความกระตือรือร้นที่จะซื้อแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบวก นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เห็นข้อแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวที่ยังมีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เป็นด้านลบ และนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกต่อต้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ หากธุรกิจทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกมาตามทัศนคตินี้ได้ ก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงานการตลาดได้เช่นกัน เพราะทัศนคติในแต่ละระดับใช้ความพยายามทางการตลาดไม่เท่ากัน

ทัศนคติของผู้คนต่อการพักผ่อนหย่อนใจได้เปลี่ยนแปลงไปมากในช่วงหลายศตวรรษที่ผ่านมา ความเชื่อในทางศาสนา ความเชื่อในเรื่องความขยันขันแข็ง ความเชื่อในเรื่องความมั่งคั่งถือว่าเป็นสิ่งที่จะทำให้ชีวิตอยู่รอดกำลังเลือนหายไป ความเข้มแข็งของสหภาพแรงงาน ทัศนคติใหม่ๆ การมีวันลาพักผ่อนโดยได้รับเงินเดือนตามปกติ ทำให้ธรรมเนียมดั้งเดิมที่เน้นความสำคัญของการทำงานค่อยๆ เสื่อมถอยลง คนรุ่นใหม่จะมองว่าการพักผ่อนหย่อนใจเป็นสิทธิที่พวกเขามีตั้งแต่เกิด เป็นสิ่งที่มีความหมายมากที่สุดในชีวิตของพวกเขา

ลักษณะของการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีประสิทธิผล ต้องมีลักษณะดังนี้

1. **แสดงความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้** ต้องสามารถแสดงความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวยุคใหม่แต่ละกลุ่มออกมาได้ เพราะถ้าหาความแตกต่างไม่ได้ ย่อมเสมือนกับไม่มีการแบ่งส่วนตลาดนั่นเอง

2. **สามารถบอกลักษณะของกลุ่มได้** เมื่อแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่เป็นกลุ่มๆ แล้ว หากไม่สามารถระบุความคล้ายคลึงกันภายในกลุ่มได้ ย่อมไม่อาจพัฒนาส่วนผสมการตลาดที่เหมาะสมเข้าไปเสนอต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้

3. **สามารถวัดได้** สิ่งที่จะต้องวัดให้ได้ในการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ได้แก่ ขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และอำนาจซื้อของตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่นั้น เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นความต้องการทางการท่องเที่ยวยุคใหม่

4. **ขนาดของกลุ่มต้องใหญ่พอและยั่งยืน** หมายความว่า การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวยุคใหม่เมื่อสำเร็จแล้ว ต้องมีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีความน่าสนใจและมีขนาดใหญ่พอที่จะทำกำไรให้แก่บริษัทได้

5. สามารถเข้าถึงได้ เมื่อแบ่งส่วนตลาดเสร็จแล้วหากปรากฏว่าไม่สามารถนำเอาส่วนผสมทางการตลาดเข้าไปเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลาดส่วนนั้นย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท โอกาสที่บริษัทจะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากตลาดย่อมมีอยู่น้อยจนไม่คุ้มกับการที่จะต้องดำเนินกิจกรรมการตลาดกับลูกค้าในตลาดส่วนนั้น

6. สามารถลงมือปฏิบัติการได้ หมายความว่า เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวเสร็จแล้ว ต้องมีตลาดส่วนหนึ่งอยู่ในวิสัยที่ธุรกิจจะสรรหาทรัพยากรมาใช้ในการพัฒนากิจกรรมทางการตลาดเข้าไปเสนอได้ มิฉะนั้นย่อมไม่มีประโยชน์อีกเช่นกัน

ตาราง 2 คำถาม-คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is in the target market?	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค	- กลยุทธ์ 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) หรือมากกว่า 4Ps ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the consumer buy?	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ สินค้าและบริการ - คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the consumer buy?	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการการเดินทางท่องเที่ยว กำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา



ตาราง 2 (ต่อ)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Who participates in the buying?	-บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้	-กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์งานโฆษณาและเลือกใช้สื่อโฆษณา ให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว
5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	-โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยวเทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	-กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาล ท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย การร่วมมือระหว่างธุรกิจ (Partnership)
6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the consumer buy?	-แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlet) เช่น สำนักงาน ตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	-กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) โดยผ่านตัวแทนจำหน่าย และช่องทางพิเศษอื่นๆ
7.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	-ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operations) - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การประเมินทางเลือก - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	-กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. คำจำกัดความของ “โรงแรม” พระราชบัญญัติโรงแรม มาตรา 3 (2478) บัญญัติไว้ว่า “โรงแรม” หมายถึง สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่หาที่พักเป็นการชั่วคราว ทั้งนี้ต้องมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าพักตามต้องการ และในมาตราที่ 5 ยังได้กำหนดไว้ว่า เคหะสถานใดใช้เป็นที่ดังกล่าว คือเฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ระยะเวลาอย่างน้อย 1 เดือน โดยผู้มีสิทธิให้มีได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใดๆแก่ผู้ที่พักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้

ปรีชา แดงโรจน์ (2526, หน้า 214) ได้ให้ความหมายของคำว่า “อุตสาหกรรมโรงแรม” ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจแบบสถานประกอบการ จัดตั้งเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พัก มีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการคนเดินทางอย่างมีแบบแผนมีมาตรฐานตามขอบข่ายของการบริการนั้นๆ ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมโรงแรมจึงแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอื่น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช (2538, หน้า 121) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “โรงแรม” (Hotel) เป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศส ซึ่งหมายถึง อาคารชุดและคฤหาสน์ของผู้มีอันจะกิน ที่มีไว้เพื่อญาติมาพักค้างเป็นระยะเวลานานๆ อาคารชุดเป็นที่รู้จักที่แพร่หลายในปลายศตวรรษที่ 18 ในความหมายคำว่า สถานที่พักแรม (Lodging)

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2538, หน้า 8) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “โรงแรม” ว่าเป็นที่ซึ่งบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่พักหลับนอนแก่ผู้เดินทางที่ต้องการ มีเงินและเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จัดให้

บุญหลิบ พานิชชาติ (2545, หน้า 197) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ที่พักแรม” หมายถึงการประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้างคืนซึ่งอาจมีการบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วยที่พักแรมสำหรับนักเดินทางท่องเที่ยวแบ่งออกได้หลายประเภทซึ่งแตกต่างความแตกต่างของแต่ละประเภทไม่ชัดเจน ที่สำคัญคือความแตกต่างกันในภาพลักษณ์ ของธุรกิจ เช่น อินน์ (Inn) ให้ความรู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเอง โมเต็ล (Motel) เน้นความสะดวกสบายและมีผู้มาพักอาศัยมีที่จอดรถของตนเอง โรงแรม (Hotel) เน้นประสิทธิภาพและการบริการความสะดวกสบายต่างๆ

2. ประเภทของโรงแรมและการแบ่งระดับชั้น

จากการศึกษาโปรแกรมสื่อการสอน วิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมดังนี้
ประเภทของโรงแรมมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งดังนี้

1. แบ่งตามทำเลที่ตั้ง
2. แบ่งตามจำนวนห้องพัก
3. แบ่งตามราคาค่าห้อง
4. แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้ามาพัก

โรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้ง (Location)

1. โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองในย่านธุรกิจ การท่องเที่ยว ตลอดจนสถานบันเทิงต่าง ๆ ลักษณะของโรงแรมมักมีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 100 ห้องตกแต่งหรูหรา มีบริการอื่น ๆ ครบครัน

2. โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities) มักตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ลูกค้าส่วนใหญ่คือนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว นักเดินทาง และลูกค้าในท้องถิ่นที่มาสังสรรค์

3. โรงแรมชานเมือง (Suburban Hotel) ตั้งอยู่ชานเมืองหรือนอกเมือง มีการคมนาคมสะดวก บรรยากาศเงียบสงบ มีอากาศบริสุทธิ์

4. โรงแรมสถานตากอากาศ (Resort Hotel) จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- 4.1 โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ทะเล ทะเลสาบ ฯลฯ
- 4.2 โรงแรมที่ไม่มีธรรมชาติดึงดูดนักท่องเที่ยว

เป็นโรงแรมที่มุ่งเน้นด้านกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น สนามกอล์ฟ ขี่ม้า ฯลฯ

5. โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotel) ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่สนามบิน ทั้งนี้เพราะสนามบินส่วนใหญ่ตั้งอยู่ไกลเมืองโรงแรมที่แบ่งตามหน้าที่โรงแรมเพื่อการค้าหรือการพาณิชย์ (Commercial Hotel) มุ่งเน้นบริการนักธุรกิจ พ่อค้าที่มาติดต่อธุรกิจ

6. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotel) มักตั้งอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม มีบริการด้านต่าง ๆ ครบครัน

7. โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) โรงแรมที่มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานเพื่อจัดเป็นที่ประชุมสัมมนา หรืออบรมอื่นๆ โดยจัดห้องไว้ให้บริการ

8. โรงแรมเพื่อการพักอาศัย (Residential Hotel) เป็นลักษณะให้ห้องพักถาวรในรูปของห้องชุด

9. โรงแรมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ (Motel) มักตั้งอยู่ตามถนนสายสำคัญๆที่มีจุดจอดรถติดกับห้องพัก

โรงแรมที่แบ่งตามจำนวนห้องพัก

1. โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีห้องพักเดี่ยวต่ำกว่า 30 ห้อง
2. โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 30 ห้องไม่เกิน 100 ห้อง

3. โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง ตกแต่งหรูหรา

โรงแรมที่แบ่งตามราคาค่าเช่าห้องพัก

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดแบ่งกลุ่มสถานที่พักแรมเพื่อเป็นประโยชน์ทางสถิติ โดยมีได้ถือมาตรฐานสากลและมีได้เป็นการจัดระดับของกิจการแต่ใช้ราคาต่ำสุดของราคาประกาศขาย (Rack rate) เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งกลุ่ม 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1	หมายถึง	ราคาตั้งแต่	2,500	บาท
กลุ่มที่ 2	หมายถึง	ราคาตั้งแต่	1,500- 2,499	บาท
กลุ่มที่ 3	หมายถึง	ราคาตั้งแต่	1,000- 1,499	บาท
กลุ่มที่ 4	หมายถึง	ราคาตั้งแต่	500-999	บาท
กลุ่มที่ 5	หมายถึง	ราคาต่ำกว่า	500	บาท

โรงแรมที่แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้ามาพัก

โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotel) คือโรงแรมที่ลูกค้ามาพักเป็นระยะเวลาสั้น ๆ โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotel) คือโรงแรมประเภทให้ลูกค้าเช่าพักเป็นเวลาอย่างน้อย 1 เดือน โดยคิดค่าเช่าเป็นรายเดือน หรือห้องพักจะเป็นประเภทห้องชุด

มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการจัดระดับมาตรฐานโรงแรมไทยจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ทั้งจากภาครัฐ(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)และภาคเอกชน(สมาคมโรงแรมไทย)เพื่อนำมาประกอบในการสนับสนุนความเห็นในเรื่องการจัดระดับมาตรฐานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาและความสำคัญ

จากสภาพการณ์ที่ประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่มีการกำหนดมาตรฐานของโรงแรมอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและเชื่อถือได้ ทำให้มาตรฐานการประกอบกิจการโรงแรมในประเทศไทยเป็นไปอย่างไม่มีทิศทางที่ชัดเจน บางโรงแรมอ้างอิงมาตรฐานโรงแรมในทวีปยุโรป บางโรงแรมอ้างอิงมาตรฐานโรงแรมในประเทศอื่น ทำให้มาตรฐานการประกอบกิจการโรงแรมแตกต่างกันออกไปตามแต่ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ โรงแรมหลายแห่งจึงไม่สามารถจัดการโรงแรมให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ตรงต่อระดับของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาใช้บริการ สิ่งที่เกิดขึ้นนี้เองได้ก่อให้เกิดต้นทุนแฝงในอุตสาหกรรมโรงแรมและทำให้ต้นทุนการบริหารโรงแรมสูงขึ้น สิ่งที่เกิดขึ้นนี้อาจจะส่งผลต่อการพัฒนาและการเติบโตของ

อุตสาหกรรมโรงแรมทั้งระบบ ซึ่งในที่สุดจะส่งผลกระทบต่อถึงการส่งมอบคุณค่าของการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม

2. ความเป็นมาและผู้เกี่ยวข้องกับการจัดทำมาตรฐานโรงแรม

จากวันที่ก่อตั้งสมาคมโรงแรมไทยเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน มีคณะกรรมการสมาคมโรงแรมไทยหลายคณะที่พยายามที่จะผลักดันให้ประเทศไทยมีหลักเกณฑ์การกำหนดมาตรฐานโรงแรมที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม แต่ในอดีตที่ผ่านมาการจัดทำหลักเกณฑ์การกำหนดมาตรฐานโรงแรมล้วนแล้วแต่ประสบปัญหาทั้งจากสิ่งแวดล้อมภายนอก และภายในสมาคมโรงแรมไทยเอง เหตุการณ์ดำเนินสืบมาจนถึงปีพุทธศักราช 2542 สมาคมโรงแรมไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำโครงการ “World Class Standard” ขึ้น โดยประสงค์ที่จะให้เกิดมาตรฐานที่เป็นรูปธรรมในระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในปีพุทธศักราช 2555 และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเห็นว่าวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสมาคมโรงแรมมีแนวทางสอดคล้องกับทิศทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานจึงได้ขอให้สมาคมโรงแรมไทยในฐานะที่เป็นองค์กรผู้ประกอบการวิชาชีพโรงแรมช่วยจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยขึ้น และจะผลักดันเป็นโครงการนำร่องสำหรับการจัดทำมาตรฐานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยให้ถือว่าโรงแรมที่ผ่านหลักเกณฑ์การกำหนดระดับมาตรฐานโรงแรมดังกล่าวจะเป็นโรงแรมที่ทั้งองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน ได้ร่วมกันรับรองมาตรฐานโรงแรม และจะเป็นมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยต่อไป

3. วัตถุประสงค์ของการจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

- 3.1 เพื่อให้มีมาตรฐานโรงแรมที่เป็นรูปธรรมและเป็นหลักเกณฑ์อ้างอิงเชื่อถือได้
- 3.2 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและโรงแรมในประเทศไทยไม่ให้เกิดการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน
- 3.3 เพื่อเลือกสรรการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้า บริหารโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพและหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย
- 3.4 มีการปรับปรุงมาตรฐานโรงแรมที่สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง โดยคำนึงถึงการตลาด คุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า และสภาพทางกายภาพของโรงแรม
- 3.5 เพื่อเผยแพร่จิตสำนึกในการปรับปรุงมาตรฐานโรงแรมที่อยู่ในประเทศไทยให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

3.6 เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยมีความเข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน

4. ประโยชน์ของการจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

4.1 ประโยชน์สำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมโดยรวม การจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยเป็นการยกระดับมาตรฐานโรงแรมโดยเฉพาะมาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สิ่งแวดล้อมและบริการ จนสามารถอ้างอิงและเชื่อถือได้ และทำให้อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน มีการพัฒนาบุคลากรและการศึกษาด้านโรงแรมที่มีแนวทางชัดเจน รวมทั้งมีเกณฑ์มาตรฐานในการคุ้มครองโรงแรมและผู้บริโภค

4.2 ประโยชน์สำหรับโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานเมื่อโรงแรมต่าง ๆ สามารถบริหารกิจการได้ตามมาตรฐานที่กำหนด โรงแรมเหล่านั้นจะมีความสามารถในการส่งมอบการบริการที่ดี และมีคุณภาพให้แก่ลูกค้า และสามารถเพิ่มมูลค่าของบริการ อันจะส่งผลให้การบริหารโรงแรมมีประสิทธิภาพ ลดการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นทำให้สามารถลดการลงทุนที่เกินความจำเป็น และทำให้สอดคล้องกับสภาพตลาด ความต้องการของลูกค้า และสภาพทางกายภาพของโรงแรม อีกทั้งยังสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาโรงแรม

5. นโยบายในการทำงาน

สมาคมโรงแรมไทยได้มอบหมายในการทำงานให้แก่คณะทำงานไว้ว่ามาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยที่จะยกวางขึ้นใหม่นั้นจะต้องบรรลุผล 5 ประการ กล่าวคือ

- 5.1 สามารถจัดแบ่งมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยได้ถูกต้องและชัดเจน
- 5.2 หลักเกณฑ์การตรวจสอบต้องโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้อย่างแท้จริง
- 5.3 เมื่อตรวจรับรองมาตรฐานโรงแรมแล้วมีการวัดผลซ้ำ เพื่อสอบถามมาตรฐานจะต้องได้ผลเช่นเดิม
- 5.4 มาตรฐานที่จัดทำขึ้นจะต้องคุ้มครองทั้งโรงแรมและผู้บริโภค
- 5.5 มาตรฐานที่จัดทำขึ้นจะต้องเปิดกว้างให้ทุกโรงแรมสามารถสมัครเข้ามารับรองมาตรฐานได้ แม้มิใช่สมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย

6. องค์กรที่จะรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

การจัดตั้งองค์กรที่พิจารณาและรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยเพื่อให้การบริหารมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องจัดตั้งองค์กรให้มีสถานภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายที่มีได้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้ากำไร และมีลักษณะที่เป็นองค์กรร่วมจากภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งองค์กรที่จะแสดงลักษณะดังกล่าวได้ชัดเจนควรมีลักษณะเป็นมูลนิธิ

6.1 องค์กรชื่อ “มูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว”การบริหารองค์กร

6.2 “ คณะกรรมการบริหารมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ” เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการองค์กร โดยคณะกรรมการบริหารมูลนิธิพัฒนามาตรฐาน และบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะมอบอำนาจในการจัดการเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย ให้แก่คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมเป็นผู้ดำเนินการให้การรับรองมาตรฐานมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.3 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม

6.3.1 กำหนดมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.3.2 จัดการมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.3.3 ออกประกาศหรือระเบียบข้อบังคับใด ๆ เกี่ยวกับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.3.4 สร้างจิตสำนึกให้บุคลากรในการพัฒนามาตรฐานโรงแรม

6.3.5 ให้การรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.3.6 พิจารณาประเมินผลการรับรองมาตรฐานและปรับปรุงแก้ไขมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

6.4 คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม มีจำนวนทั้งสิ้น 10 คน ประกอบด้วย

6.4.1 ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือบุคคลที่ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่งตั้ง จำนวน 1 คน

6.4.2 ตัวแทนสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นนายกสมาคม หรืออุปนายกสมาคม หรือเลขาธิการ จำนวน 2 คน

6.4.3 ตัวแทนมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรการสอนวิชาการโรงแรมในระดับปริญญาซึ่งดำรงตำแหน่งอธิการบดี คณบดี หรือหัวหน้าภาควิชา จำนวน 2 คน ซึ่งมาจากองค์กรมหาวิทยาลัยของรัฐบาล จำนวน 1 คน และมหาวิทยาลัยของเอกชน จำนวน 1 คน

6.4.4 ตัวแทนสมาคมโรงแรมไทย (THA) รวมจำนวน 4 คน ซึ่งประกอบด้วยบุคคลดังนี้ นายกสมาคมโรงแรมไทย เลขาธิการสมาคมโรงแรมไทย ประธานฝ่ายสมาชิกภาพ อุปนายกสมาคมโรงแรมไทย จำนวน 1 คนในการบริหารจัดการคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานโรงแรมนั้นให้นายกสมาคมโรงแรมไทยดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม และให้ประธานฝ่ายสมาชิกภาพดำรงตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม

7. การพิจารณามาตรฐาน

ในการพิจารณามาตรฐานโรงแรมไทยจะมีคณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมเป็นผู้ตรวจสอบโรงแรม วิจารณ์ผลการตรวจสอบ และสรุปความเห็นก่อนนำเสนอให้คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมให้การรับรองมาตรฐานในนามของมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โดยคณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรม จะมีจำนวน 5 คณะ ดังนี้

7.1 “ คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมส่วนกลาง ” โดยจะประกอบด้วยคณะกรรมการจำนวน 9 คน ดังนี้

7.1.1 ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน

7.1.2 ตัวแทนสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) จำนวน 1 คน

7.1.3 ตัวแทนสมาคมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย 1 คน

7.1.4 ตัวแทนสมาคมโรงแรมไทย (THA) จำนวน 4 คน ซึ่งประกอบด้วย

1) กรรมการโดยตำแหน่ง: ประธานฝ่ายสมาชิกภาพของสมาคมโรงแรมไทย เลขาธิการของสมาคมโรงแรมไทย รวมจำนวน 2 ตำแหน่ง

2) กรรมการโดยการแต่งตั้ง: กรรมการของสมาคมโรงแรมไทยที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการสมาคมโรงแรมไทย รวมจำนวน 2 ตำแหน่ง

7.1.5 ตัวแทนจากมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรการสอนวิชาการโรงแรมในระดับปริญญาจำนวน 1 คน

7.1.6 ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้รับการคัดเลือก จำนวน 1 คน

คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานตามที่กล่าวข้างต้นจะมีผู้จัดการมูลนิธิฯ เป็นเลขานุการคณะกรรมการคณะกรรมการพิจารณามาตรฐานตามที่กล่าวข้างต้น จะมีเขตอำนาจการพิจารณามาตรฐานโรงแรม ดังนี้

ระดับ 1-3 ดาว : ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคตะวันตก

ระดับ 4-5 ดาว : ในพื้นที่ทั่วประเทศไทย

7.2 “ คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมส่วนภูมิภาค ” มีจำนวน 4 คณะ โดยจะประจำที่ภาคเหนือ , ภาคใต้, ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนคณะละ 7 คน โดยมีองค์คณะในแต่ละคณะกรรมการฯ ดังนี้

7.2.1 ตัวแทนจากสมาคมโรงแรมไทยจำนวน 3 คน ซึ่งประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

- 1) นายกสมาคมโรงแรมไทยของภาคที่กล่าวข้างต้น
- 2) ประธานฝ่ายสมาชิกภาพของสมาคมโรงแรมไทยของภาคที่กล่าวข้างต้น
- 3) ผู้แทนของสมาคมโรงแรมไทยที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการสมาคมโรงแรมไทย

- 7.2.2 ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน
- 7.2.3 ตัวแทนจากสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว(ATTA) จำนวน 1 คน
- 7.2.4 ตัวแทนจากสมาคมท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 1 คน
- 7.2.5 ตัวแทนจากมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรการสอนวิชาการโรงแรมในระดับปริญญา จำนวน 1 คน

คณะกรรมการตามข้อ 7.2.2 จะมีนายกสมาคมโรงแรมไทยภาคนั้นเป็นประธานคณะกรรมการ

คณะกรรมการตามข้อ 7.2.2 จะมีเขตอำนาจการพิจารณามาตรฐานโรงแรมเฉพาะระดับ 1 ถึง 3 ดาว ของภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น

การที่จะตรวจมาตรฐานโรงแรมในการตรวจเพื่อให้การรับรองมาตรฐานโรงแรมทุกครั้ง คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่เข้าไปตรวจโรงแรมทุกครั้ง จะต้องมีการที่มาจาก 3 องค์กรเป็นอย่างน้อย และจะต้องมีจำนวนกรรมการรวมกันไม่น้อยกว่า 4 คนขึ้นไป

8. หลักเกณฑ์การกำหนดระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยมาตรฐานการใช้

หลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากคณะทำงานจัดทำมาตรฐานโรงแรมที่จากทั้งโรงแรมขนาดใหญ่และขนาดเล็กโรงแรมในกรุงเทพและต่างจังหวัด และผ่านการพิจารณาจากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านโรงแรมโดยตรง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว ทุกฝ่ายมีความเห็นร่วมกันว่าให้ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดระดับมาตรฐานโรงแรมฉบับนี้เป็นมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยได้ โดยมูลนิธิฯ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นสื่อสากลและ

ประชาชนในประเทศไทยมีความรู้จักดีอยู่แล้ว เป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย

8.1 การจัดแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมและเครื่องหมาย

8.1.1 สัญลักษณ์การจัดแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมใช้สัญลักษณ์รูปดาวห้าแฉก (☆) เป็นสัญลักษณ์การแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย โดยจัดแบ่งมาตรฐานเป็น 5 ระดับ ดังนี้

รูปดาวห้าแฉกหนึ่งดวง (☆) หมายถึงมาตรฐานระดับหนึ่งดาว

รูปดาวห้าแฉกสองดวง (☆☆) หมายถึงมาตรฐานระดับสองดาว

รูปดาวห้าแฉกสามดวง (☆☆☆) หมายถึงมาตรฐานระดับสามดาว

รูปดาวห้าแฉกสี่ดวง (☆☆☆☆) หมายถึงมาตรฐานระดับสี่ดาว

รูปดาวห้าแฉกห้าดวง (☆☆☆☆☆) หมายถึงมาตรฐานระดับห้าดาว

การจัดแบ่งระดับมาตรฐานของโรงแรมได้มาตรฐานระดับดาวโดยจัดเรียงตามลำดับมาตรฐานจากระดับมาตรฐานที่น้อยที่สุดคือ 1 ดาว (☆) ไปหาระดับมาตรฐานที่มากที่สุดคือ 5 ดาว (☆☆☆☆☆)

8.2 การแสดงสัญลักษณ์มาตรฐานโรงแรมจะมี 2 ลักษณะ คือ

8.2.1 ป้ายแสดงสัญลักษณ์มาตรฐานโรงแรม ขนาดป้าย: 21 คูณ 30 เซนติเมตร พื้นสีทอง มีดาวประดับอยู่ด้านบนตามจำนวนระดับมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง

8.2.2 การปิดประกาศป้ายสัญลักษณ์ : ให้ปิดประกาศป้ายแสดงสัญลักษณ์มาตรฐานโรงแรมดังนี้

- 1) มุมบนขวาทางป้ายทางเข้าหลัก (Main Entrance) ด้านหน้าโรงแรม
- 2) ในกรณีที่ไม่สามารถประกาศที่ทางเข้าหลักได้ ให้ปิดประกาศไว้ที่ป้ายทางเข้าอาคารโรงแรม

3) ในกรณีที่ไม่สามารถปิดประกาศไว้ตามที่กล่าวข้างต้นได้ให้ปิดประกาศไว้ในที่เปิดเผยของห้องโถง (Lobby) โรงแรมเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบถึงระดับมาตรฐานของโรงแรมนั้น

8.2.3 เกียรติบัตรรับรองของมูลนิธิฯ ให้ประกาศไว้ที่บริเวณห้องโถง(Lobby) ด้านหน้าโรงแรมเพื่อแสดงให้ผู้เข้าพักและ/หรือผู้มาใช้บริการได้ทราบ

8.3 ปัจจัยหลักในการพิจารณาตัดสินมาตรฐานโรงแรม

8.3.1 การจัดระดับมาตรฐานจะพิจารณาตัดสินมาตรฐานโรงแรมจากปัจจัยหลักดังนี้

- 1) สภาพทางกายภาพ เช่น ที่ตั้ง สภาพแวดล้อม เป็นต้น
- 2) การก่อสร้าง เช่น โครงสร้างทางกายภาพของโรงแรม ระบบในโรงแรม การเลือกใช้วัสดุ ระบบความปลอดภัย เป็นต้น
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักและผู้มาใช้บริการ เช่น ปริมาณของใช้ที่จัดให้ อุปกรณ์ตกแต่ง เป็นต้น
- 4) คุณภาพการบริการและการรักษาคุณภาพ เช่น บุคลิกภาพ คุณภาพการบริการ ความสะอาด สุขอนามัย ชื่อเสียงโรงแรม เป็นต้น
- 5) การบำรุงรักษาโรงแรมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามที่กล่าวข้างต้น

8.3.2 มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยจะครอบคลุมมาตรฐาน 3 ลักษณะ คือ

- 1) มาตรฐานการก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2) มาตรฐานการบำรุงรักษา
- 3) มาตรฐานคุณภาพการบริการ

8.3.3 ในการพิจารณาการรับรองมาตรฐานนั้น มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยที่กล่าวข้างต้น จะใช้เกณฑ์ทั้งวัตถุประสงค์และอัตวิสัยผสมผสานกัน เพื่อสร้างตัวชี้วัดมาตรฐานดังนี้

- 1) ใช้เกณฑ์อัตวิสัย (Subjective): เป็นหลักในการพิจารณาและสร้างตัวชี้วัดเชิงคุณภาพโดยคณะกรรมการพิจารณาตามมาตรฐานโรงแรมจะใช้ดุลยพินิจตามหลักการของวิชาชีพ และทักษะเป็นสำคัญในการให้คะแนน
- 2) ใช้เกณฑ์วัตถุประสงค์ (Objective): เป็นหลักในการพิจารณาและสร้างตัวชี้วัดเชิงปริมาณโดยการให้คะแนนจะพิจารณาว่าโรงแรมจะมีหรือไม่มีสิ่งที่จะอ้างอิงเป็นมาตรฐานนั้นเป็นสำคัญ ดังนั้นถ้าโรงแรมมีสิ่ง ที่อ้างอิงเป็นมาตรฐานและสิ่งนั้นมีสภาพที่สามารถใช้การได้ดี คณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมจะให้คะแนนในสิ่งที่มีนั้น

9. คุณสมบัติของโรงแรมที่จะขอให้รับรองมาตรฐานโรงแรม

- 9.1 เป็นโรงแรมที่ประกอบกิจการอยู่ในประเทศไทย
- 9.2 มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงแรมถูกต้องตามกฎหมายของประเทศไทย
- 9.3 ประกอบกิจการตามปกติในทุกส่วนของโรงแรมมาแล้วกว่า 1 ปีขึ้นไป
- 9.4 ยอมรับหลักเกณฑ์การรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยของคณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมทุกข้อโดยไม่ปายเบี่ยง

9.5 ชำระค่าธรรมเนียมการตรวจและรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยตามประกาศที่คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมกำหนดเรียบร้อยแล้ว

10. การรับรองมาตรฐานในโรงแรม

10.1 ในการรับรองมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยนั้นการรับรองมาตรฐานโรงแรมจะมีผลเป็นระยะเวลา 3 ปี นับแต่วันที่คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมได้แจ้งผลอนุมัติรับรองมาตรฐานโรงแรมให้ทราบเป็นต้นไป ทั้งนี้เว้นแต่จะการรับรองมาตรฐานโรงแรมจะระงับสิ้นไปตามที่กำหนดไว้

10.2 เมื่อครบเวลาการรับรองมาตรฐานตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว หากโรงแรมต้องการจะให้คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมจะให้รับรองมาตรฐานต่อไปอีก โรงแรมจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรมทราบล่วงหน้าก่อนสิ้นเวลาของการรับรองมาตรฐานโรงแรมเพื่อทำการตรวจสอบโรงแรมต่อไป ในการนี้ให้โรงแรมเพียงชำระค่าบำรุงรายปีเท่านั้น โดยไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมในการขอรับรองมาตรฐานอีก

10.3 ในระหว่างระยะเวลาการรับรองมาตรฐานตามข้อ 3.5 นี้ คณะกรรมการรับรองมาตรฐานโรงแรม และ/หรือคณะกรรมการพิจารณามาตรฐานโรงแรมอาจทำการสอบสวนมาตรฐานโรงแรมเป็นระยะได้โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า โดยการสอบสวนมาตรฐานนี้จะไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายใด ๆ จากโรงแรมผู้ได้รับการรับรอง ยกเว้นค่าที่พักและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ถ้ามี) ซึ่งจะเรียกเก็บเท่าจำนวนที่ได้ชำระไปจริง

ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอเกาะสมุย

1. ประวัติความเป็นมาอำเภอเกาะสมุย

คำขวัญอำเภอ "น้ำทะเลสวย หาดทรายขาว มะพร้าวเยอะ"

"สมุย" เป็นคำที่มาจากภาษาใดไม่ปรากฏแน่ชัด ได้แต่สันนิษฐานกันไปต่างๆ นานาว่า น่าจะมาจากภาษามลายู ภาษาจีนไหหลำ ภาษาทมิฬ หรือแม้กระทั่งว่าน่าจะมาจากชื่อต้นไม้หนึ่งอย่างใดก็ตาม "อำเภอเกาะสมุย" เป็นอำเภอชั้น 1 ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. ที่ตั้งและอาณาเขต

มีสภาพเป็นเกาะ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระยะทางห่างจากตัวจังหวัด ประมาณ 84 กิโลเมตร เนื้อที่ประมาณ 252 ตารางกิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ทะเล เขตอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับ ทะเล เขตอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ทะเล เขตอำเภอดอนสัก อำเภอกาญจนดิษฐ์

3. การปกครองส่วนภูมิภาค

การแบ่งเขตการปกครอง อำเภอเกาะสมุย แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 ตำบล 39 หมู่บ้าน 1 เทศบาลตำบล (เทศบาลตำบลเกาะสมุย) ได้แก่ อ่างทอง ลิปะน้อย ตลิ่งงาม แม่น้ำหน้าเมือง มะเร็ต บ่อผุด

4. สถานที่พักแรม

ข้อมูลสถานพักแรมในอำเภอเกาะสมุย มกราคม – ธันวาคม 2550

จำนวนโรงแรม(แห่ง)	403
กลุ่ม 1 สูงกว่า 2,500.-	93
กลุ่ม 2 1,500- 2,499.-	65
กลุ่ม 3 1,000-1,499.-	51
กลุ่ม 4 500-999.-	96
กลุ่ม 5 ต่ำกว่า 500.-	98
จำนวนห้องพัก(ห้อง)	14,405
กลุ่ม 1	5,798
กลุ่ม 2	2,352
กลุ่ม 3	1,849
กลุ่ม 4	2,334
กลุ่ม 5	2,072
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย(%)	64.23
กลุ่ม 1	68.63
กลุ่ม 2	65.72
กลุ่ม 3	62.963
กลุ่ม 4	58.96
กลุ่ม 5	57.61

จำนวน นทท.ที่พักโรงแรม(คน)	854,475
กลุ่ม 1	362,181
กลุ่ม 2	156,651
กลุ่ม 3	108,631
กลุ่ม 4	123,124
กลุ่ม 5	103,888
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย(วัน)	7.61
กลุ่ม 1	8.51
กลุ่ม 2	6.90
กลุ่ม 3	7.12
กลุ่ม 4	6.83
กลุ่ม 5	6.99
จำนวนคนพักต่อห้อง	1.90
กลุ่ม 1	1.96
กลุ่ม 2	1.95
กลุ่ม 3	1.85
กลุ่ม 4	1.78
กลุ่ม 5	1.77

5. สถานที่ท่องเที่ยว

เกาะสมุย ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก อยู่บริเวณอ่าวไทย ห่างจากสุราษฎร์ธานีไปทางทิศ ตะวันออก 84 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 247 ตารางกิโลเมตร ถนนรอบเกาะ (ถนนสายทิวราษฎร์ภักดี) ยาว 52 กิโลเมตร พื้นที่ 1 ใน 3 ของเกาะเป็นที่ราบ ล้อมรอบภูเขา ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงคลื่นลมสงบเหมาะแก่การท่องเที่ยวที่สุด เกาะสมุย เป็นเกาะที่มีหาดทรายสวยทรายขาว มีชื่อหลายแห่ง อาทิ หาดเฉวง หาดนาเทียน หาดตลิ่งงาม หาดละไม นักท่องเที่ยวที่ต้องการหาด ทราย ทะเล สายลม และแสงแดด ชายหาดที่ทอดยาวขนานไปกับทะเล ต้นมะพร้าวริมชายหาดและ น้ำทะเลใสสวย ล้วนเป็นเสน่ห์ที่ให้นักท่องเที่ยวที่เคยไปเกาะสมุยมาแล้วต้องหวนกลับไปอีกครั้ง แล้วครั้งเล่า อาหารทะเลสด ๆ ก็เป็นอีกเสน่ห์ที่ชวนให้นักถึง

นอกจากทะเลสวยน้ำใส เกาะสมุยยังมีกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก บริการนักท่องเที่ยว คือ สปาและโรงแรมที่มีให้เลือกพักได้หลากหลาย หรือการดูแลสุขภาพด้วยการ

ใช้น้ำบำบัด เช่น การอาบน้ำแช่น้ำ อาจจะเป็นน้ำแร่ หรือน้ำร้อน การบำบัดโดยการนวด หรือ การใช้
 พืชบำบัด โดยใช้กลิ่นพืชพรรณธรรมชาติช่วยในการคลายเครียด ซึ่งมีสถานที่บริการอยู่หลาย
 แห่ง ทั้งในโรงแรมและศูนย์สปาโดยเฉพาะ แต่ละสถานที่มีบรรยากาศ ความสะอาดสบาย และการ
 บริการที่ดีเยี่ยม ชวนให้รู้สึกผ่อนคลายอย่างแท้จริง และสำหรับนักกอล์ฟที่ก็มีสนามกอล์ฟให้ได้
 ออกกำลังกายอีกด้วย

ความสวยงามทางธรรมชาติ ความสะอาดสบายของเกาะสมุย ยังผสมผสานด้วย
 ศิลปวัฒนธรรมของชาวพื้นถิ่นที่ยังคงเป็นรากฐานของความเป็นมาของชุมชนอีกหลายแห่งบนเกาะ
 เช่น วัดสำเร็จ วัดละไม เจดีย์แหลมสอ เป็นต้น
 สถานที่ที่น่าสนใจบนเกาะสมุย

ชายหาด เกาะสมุยมีชายหาดที่สวยงามอยู่หลายแห่งรอบเกาะ ชายหาดที่
 นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อนกันมาก คือ หาดเฉวง และหาดละไม นอกจากนี้มีชายหาดที่อ่าวบางรัก
 บ้านบ่อผุด หาดหน้าทอน หาดท้องยาง หาดแม่น้ำ และหาดเชิงมน เป็นต้น

น้ำตกหินลาด น้ำตกลาดวานร และน้ำตกหน้าเมือง ห่างจากท่าเรือหน้าทอน 3
 กิโลเมตร 6 กิโลเมตร และ 14 กิโลเมตร ตามลำดับ เป็นน้ำตกที่ประชาชนนิยมมาเที่ยวพักผ่อนกัน
 มาก ในฤดูฝนมีน้ำมาก การประปาสุขาภิบาลยังได้อาศัยน้ำจากน้ำตกหินลาดทำน้ำประปาสำหรับ
 แจกจ่ายให้ประชาชนในตำบลหน้าทอน และบริเวณใกล้เคียงบริเวณ และที่น้ำตกหน้าเมือง 1 และ
 2 จะมีกิจกรรมการนั่งช้างบริการนักท่องเที่ยว ตั้งแต่เวลา 09.00 น. – 17.00 น. ทุกวัน

พระใหญ่ หรือ พระพุทธรูปปางมารวิชัย ขนาดหน้าตักกว้าง 5 วา
 9 นิ้ว ประดิษฐานอยู่บริเวณเกาะพาน และเป็นที่ตั้งสำนักวิปัสสนากรรมฐานสำหรับผู้สนใจ
 ปฏิบัติธรรมพักอาศัยได้

พระธาตุหินงู พระบรมสารีริกธาตุเกาะสมุย หรือชาวเกาะสมุยเรียกว่าพระธาตุศิลา
 อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเกาะสมุย 17 กิโลเมตร ตามประวัติสร้างโดยชาวบ้านตำบลมะเร็ด ชื่อ
 นายศรีทอง และได้มีพิธีบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2498 โดยเจ้าคุณ
 พระอรรถาศิลโลสุทธิพงศ์แห่งวัดซีโตน อำเภอฝักไห้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นผู้มอบให้
 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จมาทรงนมัสการ
 เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2505 ชาวเกาะสมุยจึงถือเป็นประเพณีมีงานนมัสการสืบมา

เจดีย์แหลมสอ เป็นเจดีย์ที่สร้างขึ้นโดยหลวงพ่อด่าง พระภิกษุที่เป็นที่เคารพนับถือ
 อย่างยิ่งของชาวเกาะสมุย มรณภาพเพราะเรืออัปปาง เมื่อ พ.ศ. 2519 องค์พระเจดีย์ประดับด้วย

กระเบื้องสีทองทั้งองค์ ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ อยู่ริมทะเลเขตติดต่อดำบด ตำบลสิงหนาม-หน้าเมือง

บ้านควายไทยสมัย ตั้งอยู่ที่ 20 หมู่ 1 ตำบลหน้าเมือง บนเนื้อที่ 35 ไร่ เป็นที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้ของชาวนาไทย แสดงการทำนาปลูกข้าว การดำนา การเก็บเกี่ยว การดำข้าวโดยใช้ครก การใช้ควายกับคันไถในการพรวนดินแทนรถแทรกเตอร์ รวมทั้งแสดงการละเล่นของชาวนาในช่วงหลังเสร็จสิ้นการทำนา อาทิ การเล่นดนตรีบนหลังควาย เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยจากการทำนา นอกจากนี้ภายในบริเวณยังได้จำลองให้เห็นและสัมผัสกับบรรยากาศแบบไทย ที่มีบริการนั่งเกวียน หรือนั่งบนหลังควาย

หินตา หินยาย อยู่บริเวณอำเภอละไม ตำบลมะเร็ด เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของหินแกรนิตเกิดจากการกัดเซาะโดยน้ำทะเลและความร้อนจนเกิดเป็นขีดหินรูปร่างประหลาด มีนิทานท้องถิ่นเล่ากันต่อๆ มาว่า นานมาแล้ว มีตายายคู่หนึ่งชื่อ ตาเครงกับยายเรียม เป็นชาวปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช เดินทางโดยเรือใบเพื่อจะไปสู่ขอลูกสาวของตามองสาย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้กับลูกชาย ครั้นเรือแล่นมาถึงบริเวณแหลมละไม เกิดพายุใหญ่ทำให้เรือล่ม ทั้งตาและยายเสียชีวิต คลื่นซัดขึ้นเกยหาดและกลายเป็นหินที่เห็นในปัจจุบันนี้

พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดละไม อยู่ในวัดละไม เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นที่รวบรวมของเก่า เครื่องมือเครื่องใช้ชีวิตประจำวันของชาวบ้านบนเกาะและที่อื่น ๆ ในภาคใต้ เช่น ตะเกียงโบราณแบบต่าง ๆ กรงนกเขา กลองมโหระทึก อายุกว่า 300 ปี เป็นศิลปกรรมในยุคโลหะของวัฒนธรรมดองซอนตอนเหนือของเวียดนามค้นพบเมื่อปี 2543 ใช้ในพิธีกรรมขับไล่ผี ขอลฝนเป็นต้น

สวนผีเสื้อสมัย ตั้งอยู่บนเนินเขาติดทะเลทางทิศใต้ของเกาะสมัย บริเวณแหลมนาเทียน ห่างจากหมู่บ้านชาวประมงบ้านหัวถนน 3 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 20 ไร่ ภูมิประเทศเป็นเนินเขาที่ค่อยๆ ลาดลงสู่ทะเล มีสวนที่เป็นสวนพฤกษศาสตร์จัดเป็นสวนหินปลูกไม้ดอกไม้ประดับ รวบรวมพันธุ์ไม้ไทย พืชสมุนไพรและไม้ป่านานาชนิด เพื่อจัดเป็นที่อยู่สำหรับผีเสื้อ และมีบริเวณที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวได้ชมเช่น บ้านผีเสื้อ เป็นบ้านไม้ไทย ภายในเป็นห้องมีจัดแสดงการเจริญเติบโตของผีเสื้อในรังอย่างละเอียด พิพิธภัณฑ์แมลง จัดแสดงพันธุ์แมลงทั้งพันธุ์ไทยและพันธุ์ต่างประเทศ

ศูนย์ลิงสมัย ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าหมู่บ้านเขาพระ หมู่ที่ 1 ตำบลบ่อผุด มีการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยและการแสดงการฝึกลิงเปิดแสดงทุกวันๆ ละ 3 รอบ คือ 10.30 น. 14.00 น. และ 16.00 น. อัตราค่าเข้าชม ชาวไทยและชาวต่างประเทศ

แหล่งดูปะการัง อยู่บริเวณชายฝั่งของเกาะสมุย รวมทั้งที่อยู่ติดกับเกาะอื่นๆ เช่น เกาะเต่าปน เกาะส้ม เกาะมัดหลัง เกาะนาเทียน และเกาะราหิน การเช่าเรือ และอุปกรณ์ดำน้ำ ติดต่อที่บังกะโลและบริษัทนำเที่ยวบนเกาะสมุย

อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเลแห่งที่สอง ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2523 อยู่ห่างจากเกาะสมุยไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 20 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 63,750 ไร่ เป็นพื้นดินเพียง 50 ตารางกิโลเมตร นอกนั้นเป็นพื้นน้ำ ประกอบด้วยเกาะต่างๆ 42 เกาะ ส่วนมากเป็นเกาะหินปูน เกาะที่สำคัญได้แก่ เกาะวัวตาหลับ เกาะพะลวย เกาะวัวจิ๋ว เกาะแม่เกาะ เกาะสามเส้า เกาะไผ่ลวก เกาะคา เกาะหินดับ เกาะวัวก้นตั้ง ฯลฯ หมู่เกาะนี้เดิมเป็นเขตหวงห้ามของทหารเรือ แต่ก็ได้มีราษฎรอพยพไปตั้งบ้านเรือน โดยประกอบอาชีพทำสวนมะพร้าว จับปลา และเก็บรังนก (บนเกาะมีสัมปทานรังนกนางแอ่น) โดยขึ้นอยู่กับหมู่ที่ 6 ตำบลอ่างทอง อำเภอเกาะสมุย

ทะเลใน หรือทะเลสาบกลางภูเขา อยู่บนเกาะแม่เกาะเป็นปรากฏการณ์ทางธรณีวิทยาโดยเกิดจากแอ่งหินปูนที่ยุบตัว ทะเลในมีลักษณะเป็นวงรี กว้าง 250 เมตร ยาว 350 เมตร ลึก 7 เมตร มีเนื้อที่ประมาณ 30 ไร่ นั่งเรือยนต์จากที่ทำการอุทยานฯ ไปประมาณ 15 นาที และเดินเท้าตามทางเดินสู่จุดชมวิวกี 400 เมตร จะเห็นทัศนียภาพอันน่าตื่นตาตื่นใจของทะเลในสีเขียวมรกต รวมทั้งเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามของทะเลเปิดซึ่งโอบรอบด้วยโขดเขาและแมกไม้ปกคลุม

สรุปการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจโรงแรม ดาวขึ้นอยู่กับยอดขายและการรักษาฐานลูกค้าให้ยอดขายคงอยู่ยาวนาน ผู้ประกอบธุรกิจหรือนักการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งก่อนอื่นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่า ใคร (Who) ทำอะไร (What) ทำไม (Why) ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates) เมื่อไร (When) ที่ไหน (Where) และอย่างไร (How) เพื่อที่จะกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดนี้เอง หากเป็นเรื่องการซื้อขายสินค้าจะอาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนในการศึกษาครั้งนี้เป็นธุรกิจบริการ ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งเพิ่มอีก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ พนักงาน (Persons) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

เมื่อพิจารณามูลเหตุจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวนั้น สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (7Ps) รวมถึงสิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และ เทคโนโลยี ย่อมเป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Black Box) นอกจากนี้ความรู้สึกนึกคิดยังขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อทางด้านบุคคล วัฒนธรรม สังคมจิตวิทยา ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นมีลำดับขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา โดยพิจารณาความจำเป็นหรือความต้องการสินค้าและบริการนั้น
2. ค้นหาข้อมูล หากมีความต้องการหรือความจำเป็นในสินค้าและบริการนั้น จำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลไม่ว่าจะเป็นการได้รับข้อมูลจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งทาง โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ/ใบปลิว หรือการได้คำบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้บริการ
3. ประเมินทางเลือก โดยการให้น้ำหนักคะแนนกับสินค้าและบริการนั้น เช่น อาหารรสชาติถูกปากหรือไม่ ราคาเหมาะสมหรือไม่ มีส่วนลดให้หรือไม่ การบริการเป็นอย่างไร รวมถึงการเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่นด้วย
4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากที่ได้ชั่งน้ำหนักความสำคัญแล้ว จำเป็นต้องตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการในสิ่งที่เลือกไว้ ซึ่งการตัดสินใจถือได้ว่าเป็นการตอบสนองของผู้บริโภคซึ่งจะแสดงออกโดยการเลือกโรงแรม การเลือกช่วงเวลาและจำนวนคนที่เข้าพักได้ตามที่ต้องการใช้บริการ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ภายหลังจากได้รับการใช้บริการแล้ว ผู้บริโภคจะแสดงออกทางพฤติกรรมภายหลังการซื้อว่ารู้สึกพอใจหรือไม่พอใจจากการมาใช้บริการในครั้งนี้ ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคคาดหวังไว้สูงกว่าสิ่งที่ได้รับ ลูกค้าย่อมจะไม่พอใจ ในทางกลับกันหากสิ่งที่ได้รับดีกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะพอใจในสินค้าและบริการนั้น และมีแนวโน้มที่จะกลับไปใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป (Loyalty)

อย่างไรก็ดี ทั้งในกรณีที่ลูกค้าเกิดพอใจและไม่พอใจต่อสินค้าและบริการนั้น ย่อมส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคในครั้งต่อไปด้วย

จะเห็นได้ว่า หากผู้ประกอบการหรือนักการตลาดสามารถเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาได้ ย่อมมีผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้ และสามารถแย่งส่วนครองตลาดระหว่างคู่แข่งขั้นได้ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจดังกล่าว

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงใจ หล่อธนวนณิชย์ และนฤตย์ นิมสมบุญ (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสถานบริการที่พักแรมแบบประหยัด สำหรับนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้พักแรมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในระดับ 3,001 - 6,000 บาทต่อเดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ในระดับมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ถิ่นที่มาของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากยุโรป วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ เพื่อการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนอกจากการท่องเที่ยวแล้วยังเพื่อการติดต่อธุรกิจอีกด้วย ประเภทของสถานบริการที่พักแรมฯ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดต้องการ คือ สถานบริการประเภทโรงแรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการประเภทเกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ต้องการที่พักที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง ส่วนชาวต่างประเทศต้องการที่พักที่ตั้งอยู่ในชานเมือง ปัญหาหลักของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักแรมแบบประหยัดคือ อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ปัญหาเรื่องความสกปรกและกลิ่นไม่ดี ปัญหาเสียงรบกวนและสิ่งรบกวน

กัลยา สมมาตย์ (2541) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.6 และเพศหญิง ร้อยละ 50.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี สถานภาพเป็นโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,500 บาท อาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษาและมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง และพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน / พักฟื้นใช้เวลาพำนัก เฉลี่ย 1-2 คืนในการมาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าเดินทาง 500-1,499 บาท ต่อครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากต่ำกว่า 500 บาท การเดินทางมักไปด้วยตนเอง หรือกลุ่มคนเฉพาะครอบครัวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือสื่อบุคคล ในการท่องเที่ยวจะพักแรมที่บังกะโล่รับประทานอาหารที่ร้านอาหาร ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวที่เพชรบุรีแล้วประทับใจจึงกลับมาเที่ยวอีก ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านชายทะเลมากที่สุด รองลงมาคือ การคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และภูมิลำเนาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ประเสริฐศิลป์ จรูเทียบ (2542) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมลายทอง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมลายทองในระดับสูงโดยมีความพึงพอใจในด้านบุคคลผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน รายได้ ประสบการณ์ในการใช้บริการ และวัตถุประสงค์การให้บริการ และปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการ ภูมิฐานะ และการได้ข้อมูลข่าวสาร

มาลี โชคเจริญเลิศ (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมไทยและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ภาพลักษณ์ ห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง บรรยากาศและการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวก บริการรถรับ-ส่ง และความปลอดภัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่และความสะดวกในการเดินทางและมีระบบเครือข่ายการจองด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บ้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ตและสื่อโฆษณาภายใน เช่น บริเวณลิฟต์ บัตรลิฟต์ ของโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานครสูงกว่าโรงแรมไทย การเปรียบเทียบการรับรู้ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างลูกค้าโรงแรมไทยและลูกค้าโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนพบว่าการรับรู้ ของลูกค้าด้าน ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ คุณภาพของการบริการ ภาพลักษณ์ห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง บรรยากาศและการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการรถรับ-ส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การแนะนำ /เสนอขายของพนักงานขาย และสถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสมเดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการส่งข่าวสารให้แก่สมาชิก มีการแนะนำ /เยี่ยมเยียนลูกค้าโดยพนักงานขายและมีการจัดกิจกรรมบริการสังคม และด้านการรับรู้ข้อมูลของลูกค้าจากการใช้สื่อของโรงแรมที่เข้าพัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร สูงกว่าโรงแรมไทยและในเรื่องของโทรทัศน์ โรงแรมไทยสูงกว่าโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ชนิดธฐา วงศ์คำจันทร์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมอูบลแกรนด์ ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

1. ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากที่สุดในด้านสินค้า เรื่องสถานที่ใกล้แหล่งชุมชนคมนาคม สะดวกสบายในการเข้า

พัก การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องพักในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องพักในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2. ลูกค้าที่ใช้บริการห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากที่สุด ในด้านพนักงาน เรื่อง พนักงานให้บริการรวดเร็วทันเวลา การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องสมุดประชุมสัมมนาในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่ และด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านสินค้าและบริการไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการห้องสมุดประชุมสัมมนาในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีของลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านพนักงาน และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านสินค้าและบริการไม่แตกต่างกัน

3. ลูกค้าที่ใช้บริการดิสโก้เคค ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาชั้นต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างพนักงาน/เอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการบริการมากที่สุดในด้านสินค้าและบริการ เรื่อง นักร้องมีคุณภาพการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการดิสโก้เคคในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการดิสโก้เคคในโรงแรมอุบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ของลูกค้าที่ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4. ลูกค้าที่อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องพัก และการใช้บริการดิสโก้เคค ไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อการบริการห้องประชุมสัมมนาโดยรวมและเป็นระดับไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อการบริการใช้ห้องพักด้านสถานที่และด้านราคาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ลูกค้าที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้ดิสโก้เคคโดยรวมและเป็นระดับไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจต่อการบริการใช้ห้องพักด้านของสถานที่และด้านราคาต่างกัน และมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องประชุมสัมมนาโดยรวมและเป็นรายด้าน 2 ด้าน คือ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านต่างๆของโรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานีและผู้สนใจในงานโรงแรม ตลอดจนเพื่อนำไปประกอบการพิจารณากำหนดเป้าหมาย นโยบายการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาต่างๆเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงแรมอบลแกรนด์ จังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศจะเห็นได้ว่า มีการให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการ นอกจากนี้งานวิจัยยังศึกษาความแตกต่างของผู้มาใช้บริการด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำตัวแปร เรื่อง เพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้มารับบริการมาศึกษาด้วย

ธวัชชัย ประดาอินทร์ (2546) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุมี 32-37 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000- 39,999 เหยียดสหรัฐ และส่วนใหญ่มีถิ่นที่พักในทวีปเอเชีย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดมีดังนี้ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือความสะอาด 2. ปัจจัยด้านราคา คือราคาสมเหตุสมผล 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ คือสถานที่ตั้งเหมาะสม (ไปมาสะดวก) 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือด้านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ โดยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของโรงแรมมีความสัมพันธ์ กับอาชีพของนักท่องเที่ยว ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาห้องพัก ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ และถิ่นที่พัก ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และถิ่นที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปลื้มใจ สินอากร (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศอายุ และรายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี และแนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแนวโน้มการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน

กัมปนาท ผุดผอง (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของโรงแรมในเกาะสมุย และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามคุณลักษณะ เช่น เพศ สัญชาติ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ และประเภทของโรงแรมที่พัก ที่มีต่อการให้บริการต่าง ๆ ของโรงแรมในเกาะสมุย โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติที่ (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ไม่ถือสัญชาติไทย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญา มีสถานภาพโสด ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย มีการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับปานกลาง โรงแรมตั้งอยู่หาดเฉวง สำโรง ห้องพักโดยวิธีผ่านตัวแทนการท่องเที่ยว เข้าพักเป็นเวลา 4-7 วัน เคยเข้าพักโรงแรมแห่งเดิม และจะกลับมาพัก ณ โรงแรมแห่งนี้อีก ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย ซึ่งมีการศึกษาใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านห้องพักและสิ่งแวดล้อม ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ และด้านความเหมาะสมของราคาและบริการซึ่งผลรวมของการศึกษาอยู่ในระดับพอใจทุกด้าน และในแต่ละด้านก็ยังมีค่าระดับความพึงพอใจของหัวข้อย่อยที่ทำการศึกษาที่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เช่น ด้านพนักงาน ในหัวข้อย่อยความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความสุภาพ อ่อนโยน แต่ในบางด้าน เช่น ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยในหัวข้อ ทางหนีไฟฉุกเฉิน ก็อยู่ในระดับที่ไม่พึงพอใจ และผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการต่างๆของโรงแรมในเกาะสมุยจำแนกตามคุณลักษณะพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และประเภทของโรงแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปร เพศ สัญชาติ สถานภาพ และรายได้มีความพึงพอใจในการให้บริการของโปรแกรมของโรงแรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เสาวลักษณ์ เครืออารีย์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากคือ ปัจจัยบุคคล ปัจจัยราคา ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยช่องทางทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยผลิตภัณฑ์และปัจจัยส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยการออกแบบตกแต่ง โรงแรมมีชื่อเสียง มีสระว่ายน้ำ มีห้องออกกำลังกาย มีบริการสปาและมีบริการอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสะอาดของห้องพักและอุปกรณ์ภายในห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยราคา มีผลโดยรวมต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ อัตราค่าห้องพักต่ำกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน การให้ส่วนลดเมื่อพักหลายคืน การให้ส่วนลดเมื่อพักในวันราชการปกติ และราคาอาหารของโรงแรม

ปัจจัยช่องทางทางการจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง สามารถมองเห็นวิวชายทะเล สถานที่ตั้งและสถานที่จอดรถ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ และความเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการออกบูธตามงานที่ ททท.จัดขึ้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรงแรมอย่างต่อเนื่อง การโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาลงป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีพนักงานเสนอขายห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ และการมีพนักงานเสนอขายห้องพักให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรงมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไปมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ความเอาใจใส่ของพนักงาน ความรวดเร็วของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน บุคลิกภาพ การแต่งกายของพนักงานและมีพนักงานมากพอในการให้บริการ

ปัจจัยทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระบบถ่ายเทอากาศ บรรยากาศของโรงแรม การจัดภูมิทัศน์ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความโดดเด่นของป้ายชื่อโรงแรมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ การสำรองห้องพัก และการเช็คอินเช็คเอาท์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (A study on factors that influence decision making of tourists in choosing a hotel in Samui Island district at SuratThani Province.) ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. สถานที่ (Local of The Research)

การศึกษานี้ดำเนินการศึกษาในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสถานที่ที่ใช้ดำเนินการวิจัย คือ โรงแรมที่นักท่องเที่ยว ใช้บริการอยู่ในระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง กุมภาพันธ์ 2551

2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (The Respondents And Sampling Procedure)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุยมากที่สุด 5 อันดับแรก ซึ่งนักท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตน ไปยังท้องถิ่นที่อื่น เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่ เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ (พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 มาตรา 3)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน โดยจำนวนโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีทั้งหมด 360 โรงแรม โดยทำการสุ่มจากโรงแรมในกลุ่ม 1 (โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป) เนื่องจากสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2551 พบว่า โรงแรมใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือโรงแรมกลุ่ม 1 มี 93 โรงแรม ซึ่งในการเลือกสุ่มตัวอย่าง ของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้ตัวแทนในทุกส่วนของประชากร

ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรม 5 อันดับแรก

จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ในการใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย		
ลำดับ	สัญชาติ	มกราคม-ธันวาคม 2550 (หน่วย: คน)
1	U.K.	127,479
2	Germany	113,282
3	Thai	77,960
4	Australia	65,532
5	Sweden	35,545
Total		419,798

ที่มา กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550)

ตาราง 4 ข้อมูลสถานพักแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พ.ศ.2550

จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มโรงแรม	จำนวน (คน)
กลุ่ม 1	362,181
กลุ่ม 2	156,651
กลุ่ม 3	108,631
กลุ่ม 4	123,124
กลุ่ม 5	103,888

ที่มา กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550)

เกณฑ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งโรงแรมออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. โรงแรมกลุ่มที่ 1 มีระดับราคา มีราคาห้องพักตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป
2. โรงแรมกลุ่มที่ 2 มีระดับราคา มีราคาห้องพักตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท

3. โรงแรมกลุ่มที่ 3 มีระดับราคา มีราคาห้องพักตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท
4. โรงแรมกลุ่มที่ 4 มีระดับราคา มีราคาห้องพักตั้งแต่ 500-999 บาท
5. โรงแรมกลุ่มที่ 5 มีระดับราคา มีราคาห้องพักต่ำกว่า 500 บาท

หมายเหตุ: ใช้ราคาต่ำสุดของราคาประกาศขาย (rack rate) เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งกลุ่ม

3. ขนาดตัวอย่าง (size of sample)

การพยากรณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 5 อันดับแรก ในระหว่างเดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ.2550 ซึ่งในที่นี้เรียกนักท่องเที่ยวว่า "ประชากร" ผู้วิจัยได้ทำการพยากรณ์ จำนวนประชากรที่นำมาศึกษาโดยการหาอัตราการเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวปี 2550 ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2550 จำนวนทั้งสิ้น 419,798 คน

โดยวิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างขั้นต่ำในการวิจัยเพื่อให้ได้ตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรที่เชื่อถือได้ โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นของการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 95% หมายความว่ายอมให้มีการคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง 5% มีวิธีการคำนวณดังต่อไปนี้ (อ้างถึง วัฒนาศูทรธัญ, 2549)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร ซึ่งแทนด้วยตัวเลขของนักท่องเที่ยว 5

อันดับแรก ที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 419,798 คน

e = ความคลาดเคลื่อน (sampling error) กำหนดให้ = 5%

$$\text{แทนค่า} = \frac{419,798}{1 + (419,798)(.05)^2}$$

$$= \frac{419,798}{1 + (419,798)(.05)^2}$$

$$= 399.62$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ = 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามแนวทางจุดมุ่งหมายของการวิจัยและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยได้แบ่งโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนา โดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในด้าน เหตุผลหลักมาใช้บริการ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวนคนที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง โดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งใช้ส่วนผสมทางการตลาดเป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบเรียงลำดับความสำคัญ มาตราส่วนประมาณค่า โดยมีสเกลวัดระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้โดยอิสระทั้งในเชิงข้อปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพโรงแรม

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของลำดับชั้น} &= \frac{(\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์ในการประเมินผลแบบสอบถามระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้ ระดับเกณฑ์ความสำคัญ โดยบุญชม ศรีสะอาด (2543) แบ่งได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มาก
ระดับค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	น้อย
ระดับค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

2. วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นแรก ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่สอง ทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 รายแล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	คือ	จำนวนประชากร
	$\sum s_i^2$	คือ	คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	s_i^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ซึ่งผลจากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าเพื่อความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9842
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.8693
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านราคา เท่ากับ 0.8245
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.9258
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.9076
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านบุคลากร เท่ากับ 0.9828
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 0.9146
 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เท่ากับ 0.8933

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเอง ซึ่งมีข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลเอง โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ระยะการติดต่อประสานงานเพื่อขอเก็บข้อมูลการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตให้มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ส่งหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการจัดเก็บข้อมูลไปยังโรงแรมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย ในการขอความร่วมมือ และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง และส่งจดหมายไปยังโรงแรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยทำการประสานงานกับแผนกบริหารทรัพยากรบุคคล แผนกบริการส่วนหน้าและแผนกแม่บ้านของโรงแรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือและแจกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ระยะที่ 3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านนักท่องเที่ยว ที่เลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ชุด

ระยะที่ 4 ผู้วิจัยรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลส่วนนี้ได้จากทฤษฎี แนวคิด และหลักการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สถิติ โดยมีแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

1.2.1 หอสมุดต่าง ๆ ทั้งหอสมุดแห่งชาติ, หอสมุดมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

1.2.2 สื่อทางอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลทั้งหมด และทำการลงรหัส (coding) แล้วนำมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ทั้งวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) และวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) ซึ่งจำแนกตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย และผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัย ดังนี้

2.1 วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยใช้ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) เพื่ออธิบายให้เห็นถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 วิธีการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (hypothesis testing statistics)

2.2.1 การหาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติทดสอบสหสัมพันธ์อย่างง่าย หรือ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

2.2.2 การทดสอบสมมติฐานที่ว่าข้อมูลทางด้านลักษณะประชากร-ศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ถิ่นที่พักอาศัย (ประเทศ) ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การทดสอบสถิติโดย สถิติการทดสอบที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงจะทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe's post hoc comparison)

2.2.3 การทดสอบสมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมมี

ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-square)

ทั้งนี้ สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ จะใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การประมวลผลและรายงานการวิจัย

การประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และการรายงานผลการวิจัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ผลได้จัดทำออกมาในรูปแบบการนำเสนอด้วยตาราง กราฟ พร้อมการบรรยายสำหรับผลสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะจะนำเสนอในบทที่ 5



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่พำนักอาศัย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	44.0
หญิง	224	56.0
รวม	400	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	33	8.3
21-30 ปี	102	25.5
31-40 ปี	81	20.3

ตาราง 5 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
41-50 ปี	74	18.5
51 - 60 ปี	60	15.0
61 ปี ขึ้นไป	50	12.5
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	24	6.0
มัธยมศึกษา	86	21.5
ปวช. / ปวส.	66	16.5
ปริญญาตรี	99	24.8
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	81	20.3
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	30	7.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/รัฐวิสาหกิจ	149	37.3
พนักงานบริษัทเอกชน	87	21.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	11.0
เกษียณ/ ไม่ได้ทำงาน	55	13.8
อื่นๆ	35	8.8
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	44	11.0
10,001-20,000 บาท	74	18.5
20,001-30,000 บาท	94	23.5
30,001-40,000 บาท	36	9.0
40,001-50,000 บาท	69	17.3
มากกว่า50,001 บาท	83	20.8
รวม	400	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถิ่นที่พักอาศัย		
ประเทศไทย	30	7.5
ประเทศอังกฤษ	90	22.5
ประเทศเยอรมนี	105	26.3
ประเทศออสเตรเลีย	103	25.8
ประเทศสวีเดน	72	18.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่พักอาศัย มีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาได้แก่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอายุ 61 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนอายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน จำนวน 86 และ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และ 20.3 ตามลำดับ ระดับปวช. / ปวส. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อาชีพเกษียณ/ ไม่ได้ทำงาน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ส่วนอาชีพอื่นๆ และอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีจำนวนเท่ากัน จำนวน 35 และ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 7.5 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุด คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ถิ่นที่พำนักอาศัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีถิ่นที่พำนักอาศัยอยู่ประเทศเยอรมนีมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ประเทศอังกฤษ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ประเทศสวีเดน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนประเทศไทยมีน้อยที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวนคนที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งหมด 400 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบการจองห้องพัก		
ไม่ได้จองล่วงหน้า	42	10.5
บริษัททัวร์	193	48.3
เว็บไซต์ของโรงแรม	85	21.3
โทรศัพท์	9	2.3
ตัวแทนจำหน่ายของโรงแรม	60	15.0
อื่นๆ	11	2.8
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ		
ตัวท่านเอง	115	28.8
เพื่อน	105	26.3
บุคคลในครอบครัว	76	19.0
คู่สมรส	18	4.5
พนักงานส่วนหน้า	74	18.5
อื่นๆ	12	3.0
รวม	400	100.0
จำนวนคนที่เข้าพัก		
คนเดียว	108	27.0
2-3 คน	202	50.5
4-5 คน	78	19.5
6 คนขึ้นไป	12	3.0
รวม	400	100.0
ความถี่ในการใช้บริการ		
1-2 ครั้งต่อเดือน	158	39.5
3-4 ครั้งต่อเดือน	120	30.0
5-6 ครั้งต่อเดือน	71	17.8
7 ครั้งต่อเดือนหรือมากกว่า	51	12.8
รวม	400	100.0
ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง		
2,501 – 3,500 บาท	99	24.8
3,501 – 4,500 บาท	71	17.8
4,501-5,500 บาท	117	29.3
มากกว่า 5,501 บาท	113	28.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจ จำนวนคนที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง มีรายละเอียด ดังนี้

รูปแบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจองห้องพักโดยผ่านบริษัททัวร์ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ จองห้องพักโดยผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายของโรงแรม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และไม่ได้จองล่วงหน้า จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ส่วนรูปแบบการจองห้องพักที่นักท่องเที่ยวมีน้อยที่สุด คือ จองทางอื่นๆ และทางโทรศัพท์ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน จำนวน 11 และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และ 2.3 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรมมากที่สุด คือ ตัวเอง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 บุคคลในครอบครัวและพนักงานส่วนหน้า จำนวน 76 และ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ 18.5 ตามลำดับ ส่วนคู่สมรสและอื่นๆ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

จำนวนคนที่เข้าพัก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเข้าพักที่โรงแรมประมาณ 2-3 คน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ คนเดียว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประมาณ 4-5 คน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และประมาณ 6 คนขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ความถี่ในการใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ใช้บริการ 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และใช้บริการ 7 ครั้งต่อเดือนหรือมากกว่า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง ประมาณ 4,501-5,500 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ มากกว่า 5,501 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ประมาณ 2,501 – 3,500 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และประมาณ 3,501 – 4,500 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม ด้านราคาของโรงแรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งหมด 400 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระดับเกณฑ์ความความสำคัญ โดยบุญชม ศรีสะอาด (2543) แบ่งได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มาก
ระดับค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	น้อย
ระดับค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม	n = 400		ระดับความสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม โดยรวม	3.71	0.68	มาก
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	3.84	1.15	มาก
2. การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกห้องพักมีความเหมาะสม	3.72	0.92	มาก
3. การบริการอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ	3.65	0.89	มาก
4. การรักษาความปลอดภัย	3.72	0.90	มาก
5. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.63	1.05	มาก
ด้านราคาของโรงแรม โดยรวม	3.56	0.75	มาก
6. การลดราคาของห้องพัก	3.78	1.15	มาก
7. ถูกกว่าโรงแรมอื่นที่ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน	3.64	1.04	มาก
8. ราคาห้องพักที่ระบุชัดเจน	3.57	0.90	มาก
9. ราคาเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว	3.26	0.99	ปานกลาง

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวใน การเลือกใช้บริการโรงแรม	n = 400		ระดับความสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม	3.59	0.76	มาก
10. ขายตรง	3.59	1.14	มาก
11. บริษัทนำเที่ยว	3.59	1.07	มาก
12. จองผ่านอินเทอร์เน็ต	3.81	1.02	มาก
13. จองผ่านเครือข่ายโรงแรม	3.38	1.12	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม	3.57	0.68	มาก
14. การโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต	3.91	1.06	มาก
15. การเสนอขายผ่านพนักงาน	3.63	1.02	มาก
16. มีการจัดรายการพิเศษ(คูปองส่วนลด)	3.53	0.94	มาก
17. การประชาสัมพันธ์โดยผ่านการร่วมกิจกรรม ทางสังคมและเทศกาลต่างๆ	3.45	0.93	มาก
18. การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยว	3.33	1.19	ปานกลาง
ด้านการบริการของพนักงาน โดยรวม	3.72	0.72	มาก
19. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทสุภาพอ่อนโยน	4.13	0.95	มาก
20. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	3.97	0.83	มาก
21. ชุดเครื่องแบบในการปฏิบัติงานมีเอกลักษณ์	3.31	1.17	ปานกลาง
22. มีความรู้ในเรื่องภายในจังหวัด	3.46	1.10	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม	3.75	0.70	มาก
23. ระบบการรับจองทันสมัย	4.03	0.94	มาก
24. มีระบบการจองห้องพักด้วยอินเทอร์เน็ต	3.82	0.87	มาก
25. มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก	3.62	0.88	มาก
26. ขั้นตอนการกรกรเข้าพักและคืนห้องพัก ไม่ซับซ้อน	3.55	0.95	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวม	3.56	0.74	มาก
27. การออกแบบในภาพรวมเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย	4.03	0.92	มาก
28. ทำเลที่ตั้งห้องพักใกล้จุดชมวิว	3.53	1.11	มาก
29. มีลานจอดรถที่สะดวกและเข้าถึงห้องพักได้ง่าย	3.38	1.08	ปานกลาง
30. ได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานของภาครัฐ	3.31	1.07	ปานกลาง
รวม	3.64	0.51	มาก

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องชื่อเสียงของโรงแรม ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือ เรื่องการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกห้องพักมีความเหมาะสม และเรื่องการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากัน ($\bar{X} = 3.72$) เรื่องการบริการอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ ($\bar{X} = 3.65$) และเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ($\bar{X} = 3.63$) เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านราคาของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านราคาของโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องการลดราคาของห้องพัก ($\bar{X} = 3.78$) อยู่ในระดับมาก เรื่องถูกกว่าโรงแรมอื่นที่ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน ($\bar{X} = 3.64$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องราคาห้องพักที่ระบุชัดเจน ($\bar{X} = 3.57$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องราคาเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.26$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องจองผ่านอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.81$) อยู่ในระดับมาก เรื่องขายตรง และเรื่องบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.59$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องจองผ่านเครือข่ายโรงแรม ($\bar{X} = 3.38$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่อง

การโฆษณา ทาง อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.91$) อยู่ในระดับมาก เรื่องการเสนอขายผ่านพนักงาน ($\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ(คูปองส่วนลด) ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับมาก เรื่องการประชาสัมพันธ์โดยผ่านการร่วมกิจกรรมทางสังคมและเทศกาลต่างๆ ($\bar{X} = 3.45$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องที่ทำให้ความสำคัญลำดับสุดท้าย คือ เรื่อง การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.33$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทสุภาพอ่อนโยน ($\bar{X} = 4.13$) อยู่ในระดับมาก เรื่องมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 3.97$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีความรู้ในเรื่องภายในจังหวัด ($\bar{X} = 3.46$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องชุดเครื่องแบบในการปฏิบัติงานมีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.31$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องระบบการรับจองทันสมัย ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือเรื่องมีระบบการจองห้องพักด้วยอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.82$) และเรื่องมีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก ($\bar{X} = 3.62$) และเรื่องขั้นตอนการการเข้าพักและคืนห้องพัก ไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 3.55$) เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เรื่องการออกแบบในภาพรวมเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ($\bar{X} = 4.03$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เรื่องทำเลที่ตั้งห้องพักใกล้จุดชมวิว ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีลานจอดรถที่สะดวกและเข้าถึงห้องพักได้ง่าย ($\bar{X} = 3.38$) อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานของภาครัฐ ($\bar{X} = 3.31$) อยู่ในระดับปานกลาง เป็นลำดับสุดท้าย

ตาราง 8 สรุประดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวใน การเลือกใช้บริการโรงแรม	n = 400		ระดับความสำคัญ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.71	0.68	มาก
ด้านราคาของโรงแรม	3.56	0.75	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.59	0.76	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	0.68	มาก
ด้านการบริการของพนักงาน	3.72	0.72	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.75	0.70	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.56	0.74	มาก
รวม	3.64	0.51	มาก

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ด้านราคาของโรงแรม และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) มีค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากัน เป็นลำดับสุดท้าย

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม มีความสัมพันธ์กัน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ สหสัมพันธ์อย่างง่าย หรือ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ระดับการศึกษา ถิ่นที่พักอาศัย ที่มีความแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบสถิติที (t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-way ANOVA) เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ (SCHEFFE' Method)

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบไคกำลังสอง (Chi-square)

ทั้งนี้ สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ จะใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 9 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการบริการของพนักงาน	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	-	0.307*	0.516*	0.532*	0.304*	0.383*	0.472*
ด้านราคาของโรงแรม	-	-	0.445*	0.384*	0.395*	0.541*	0.533*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-	-	-	0.502*	0.379*	0.360*	0.493*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-	-	-	-	0.429*	0.365*	0.527*
ด้านการบริการของพนักงาน	-	-	-	-	-	0.341*	0.495*
ด้านกระบวนการให้บริการ	-	-	-	-	-	-	0.470*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงแรม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ถิ่นที่พักอาศัย ที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	ชาย (n=176)		หญิง (n=224)		t-value	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.76	0.68	3.66	0.68	1.487	.138
ด้านราคาของโรงแรม	3.60	0.80	3.53	0.71	0.957	.339
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	0.79	3.46	0.72	3.884	.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.64	0.57	3.51	0.76	1.982	.048*
ด้านการบริการของพนักงาน	3.86	0.66	3.60	0.74	3.706	.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.77	0.65	3.75	0.74	0.312	.755
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.66	0.79	3.48	0.69	2.468	.014*
รวม	3.72	0.52	3.57	0.51	2.913	.004*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t=2.913$, $p=.004$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่เพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมด้านช่องทาง การจองตั๋วเครื่องบิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี (n=33)		21-30 ปี (n=102)		31-40 ปี (n=81)		41-50 ปี (n=74)		51 - 60 ปี (n=60)		61 ปี ขึ้นไป (n=50)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.47	0.51	3.74	0.65	3.72	0.68	3.58	0.61	3.80	0.71	3.86	0.85
ด้านราคาของโรงแรม	3.72	0.83	3.68	0.64	3.39	0.75	3.37	0.77	3.57	0.72	3.75	0.81
ด้านช่องทาง การจองตั๋วเครื่องบิน	3.70	0.60	3.51	0.83	3.44	0.69	3.62	0.81	3.60	0.74	3.85	0.74
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	0.57	3.64	0.59	3.33	0.87	3.55	0.57	3.68	0.75	3.62	0.57
ด้านการบริการของพนักงาน	4.02	0.59	3.74	0.75	3.60	0.63	3.61	0.70	3.87	0.68	3.61	0.87
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.88	0.78	3.81	0.64	3.64	0.82	3.73	0.63	3.66	0.75	3.89	0.57
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.65	0.71	3.58	0.68	3.49	0.68	3.55	0.85	3.50	0.82	3.64	0.70
รวม	3.72	0.37	3.68	0.50	3.52	0.52	3.57	.55	3.67	0.57	3.74	0.47

ตาราง 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว
ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขต
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	4.708	5	0.942	2.037	.073
	ภายในกลุ่ม	182.114	394	0.462		
	รวม	186.822	399			
2. ด้านราคาของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	8.684	5	1.737	3.159	.008*
	ภายในกลุ่ม	216.659	394	0.550		
	รวม	225.344	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.221	5	1.244	2.143	.060
	ภายในกลุ่ม	228.715	394	.580		
	รวม	234.936	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.351	5	1.270	2.772	.018*
	ภายในกลุ่ม	180.517	394	0.458		
	รวม	186.868	399			
5. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	7.005	5	1.401	2.762	.018*
	ภายในกลุ่ม	199.868	394	0.507		
	รวม	206.874	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.261	5	0.652	1.322	.254
	ภายในกลุ่ม	194.348	394	0.493		
	รวม	197.609	399			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.336	5	0.267	.481	.790
	ภายในกลุ่ม	218.756	394	0.555		
	รวม	220.092	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.467	5	0.493	1.858	.101
	ภายในกลุ่ม	104.655	394	0.266		
	รวม	107.123	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ และจากตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน ($F=1.858, p = .101$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านราคาของโรงแรม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอื่นๆ มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนก ตามอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	
			(n=33)	(n=102)	(n=81)	(n=74)	(n=60)	(n=50)	
ด้านราคาของ โรงแรม	ต่ำกว่า 21 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.72	-	0.04	0.33	0.35	0.15	-0.03
	21-30 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.68	-	0.28	0.31	0.11	-0.07	
	31-40 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.39	-	-	0.02	-0.18	-0.36	
	41-50 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.37	-	-	-	-0.20	-0.37	
	51-60 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.57	-	-	-	-	-0.18	
	61 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	-	-	-	-	
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ต่ำกว่า 21 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	0.03	0.34	0.12	-0.01	0.05
	21-30 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.64	-	0.31	0.09	-0.04	0.02	
	31-40 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.33	-	-	-0.22	-0.35	-0.30	
	41-50 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.55	-	-	-	-0.13	-0.08	
	51-60 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.68	-	-	-	-	0.05	
		ค่าเฉลี่ย	3.62	-	-	-	-	-	
ด้านการบริการ ของพนักงาน	ต่ำกว่า 21 ปี	ค่าเฉลี่ย	4.02	-	0.28	0.42	0.41	0.15	0.41
	21-30 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.74	-	0.14	0.12	-0.14	0.13	
	31-40 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.60	-	-	-0.02	-0.27	-0.01	
	41-50 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.61	-	-	-	-0.26	0.01	
	51-60 ปี	ค่าเฉลี่ย	3.87	-	-	-	-	0.26	
		ค่าเฉลี่ย	3.61	-	-	-	-	-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้(Scheffe's Method) ในด้านราคาของโรงแรม ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการของพนักงาน พบว่า ด้านราคาของโรงแรม พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา (n=24)		มัธยมศึกษา (n=86)		ปวช. /ปวส. (n=66)		ปริญญาตรี (n=99)		ปริญญาโท หรือสูงกว่า (n=81)		อื่นๆ (n=44)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.95	0.88	3.51	0.68	3.60	0.58	3.97	0.71	3.68	0.54	3.60	0.70
ด้านราคาของโรงแรม	3.19	1.16	3.49	0.69	3.43	0.65	3.79	0.65	3.52	0.83	3.67	0.65
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	1.02	3.30	0.73	3.62	0.65	3.77	0.70	3.65	0.77	3.51	0.82
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	0.82	3.37	0.77	3.47	0.55	3.70	0.77	3.56	0.54	3.75	0.53
ด้านการบริการของพนักงาน	3.47	1.07	3.80	0.75	3.56	0.61	3.97	0.64	3.56	0.58	3.60	0.81
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.56	1.08	3.79	0.68	3.56	0.63	3.98	0.60	3.68	0.75	3.68	0.57
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.31	1.12	3.48	0.73	3.47	0.70	3.76	0.76	3.71	0.60	3.26	0.60
รวม	3.57	0.91	3.52	0.48	3.53	0.49	3.85	0.54	3.62	0.34	3.58	0.42

ตาราง 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของ
 นักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ
 โรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับ
 การศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	12.633	5	2.527	5.715	.000*
	ภายในกลุ่ม	174.189	394	0.442		
	รวม	186.822	399			
2. ด้านราคาของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	10.707	5	2.141	3.931	.002*
	ภายในกลุ่ม	214.637	394	0.545		
	รวม	225.344	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	11.956	5	2.391	4.225	.001*
	ภายในกลุ่ม	222.980	394	0.566		
	รวม	234.936	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.148	5	1.430	3.134	.009*
	ภายในกลุ่ม	179.720	394	0.456		
	รวม	186.868	399			
5. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	12.728	5	2.546	5.166	.000*
	ภายในกลุ่ม	194.145	394	0.493		
	รวม	206.874	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.395	5	1.879	3.933	.002*
	ภายในกลุ่ม	188.215	394	0.478		
	รวม	197.609	399			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	12.202	5	2.440	4.625	.000*
	ภายในกลุ่ม	207.891	394	0.528		
	รวม	220.092	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.380	5	1.276	4.991	.000*
	ภายในกลุ่ม	100.742	394	0.256		
	รวม	107.123	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา และจากตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=4.991, p = .000$) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 16 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	ปวช. / ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	อื่นๆ	
			มัธยมศึกษา (n=24)	(n=86)	(n=66)	(n=99)	(n=81)	(n=44)	
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.95	-	0.44	0.34	-0.02	0.27	0.35
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.51	-	-0.09	-0.46*	-0.17	-0.09	
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.60	-	-	-0.37*	-0.07	0.01	
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.97	-	-	-	0.29	0.37	
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.68	-	-	-	-	0.08	
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.60	-	-	-	-	-	
	ด้านราคาของโรงแรม	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.19	-	-0.30	-0.24	-0.60*	-0.34
มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.49	-	-	0.06	-0.30	-0.04	-0.19	
ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.43	-	-	-	-0.36	-0.10	-0.24	
ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.79	-	-	-	-	0.26	0.11	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.53	-	-	-	-	-	-0.14	
อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	-	-	-	-	-	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	0.45	0.13	-0.02	0.09	0.24
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.30	-	-0.33	-0.47*	-0.36	-0.21	
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.62	-	-	-0.15	-0.03	0.11	
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.77	-	-	-	0.11	0.26	
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.66	-	-	-	-	0.15	
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.51	-	-	-	-	-	

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา		ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (n=24)	มัธยมศึกษา (n=86)	ปวช. / ปวส. (n=66)	ปริญญาตรี (n=99)	ปริญญาโทหรือสูงกว่า (n=81)	อื่นๆ (n=44)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.65	-	0.27	0.18	-0.05	0.09	-0.10
	มัธยมศึกษา								
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.37		-	-0.10	-0.33	-0.19	-0.37
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.47			-	-0.23	-0.09	-0.28
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.70				-	0.14	-0.05
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.56					-	-0.19
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.75						-
ด้านการบริการของพนักงาน	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.47	-	-0.33	-0.10	-0.51	-0.10	-0.13
	มัธยมศึกษา								
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.80		-	0.23	-0.18	0.24	0.20
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.57			-	-0.41*	0.00	-0.03
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.98				-	0.41*	0.38
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.56					-	-0.04
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.60						-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.56	-	-0.23	-0.01	-0.43	-0.12	-0.12
	มัธยมศึกษา								
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.79		-	0.22	-0.20	0.11	0.11
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.56			-	-0.42*	-0.12	-0.12
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.99				-	0.31	0.31
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.68					-	0.00
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.68						-
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.31	-	-0.16	-0.17	-0.45	-0.40	0.05
	มัธยมศึกษา								
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.48			-0.00	-0.28	-0.24	0.22
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.48			-	-0.28	-0.24	0.22
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.76				-	0.05	0.50*
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.71					-	0.45
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.26						-
รวม	ต่ำกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.57	-	0.04	0.04	-0.28	-0.05	-0.02
	มัธยมศึกษา								
	มัธยมศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.52		-	-0.01	-0.33*	-0.10	-0.06
	ปวช. / ปวส.	ค่าเฉลี่ย	3.53			-	-0.32*	-0.09	-0.05
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย	3.85				-	0.22	0.26
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ค่าเฉลี่ย	3.62					-	0.04
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.58						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ในทุกด้าน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และระดับปวช./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และระดับปวช./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคาของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านราคาของโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และระดับปวช./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา (n=30)		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=149)		พนักงาน บริษัทเอกชน (n=87)		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (n=44)		เกษียณ/ ไม่ได้ทำงาน (n=55)		อื่นๆ (n=35)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.38	0.70	3.67	0.57	3.91	0.49	3.80	0.87	4.06	0.69	2.97	0.57
ด้านราคาของโรงแรม	3.42	0.93	3.38	0.72	3.76	0.60	3.65	0.97	3.93	0.57	3.29	0.65
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.47	0.51	3.39	0.61	3.94	0.70	3.88	0.86	3.99	0.65	2.68	0.72
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	0.58	3.41	0.54	3.75	0.54	3.76	0.78	3.75	0.70	3.10	1.04
ด้านการบริการของพนักงาน	3.82	0.37	3.70	0.57	3.76	0.79	3.97	0.96	3.68	0.81	3.33	0.69
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.75	0.86	3.64	0.66	3.78	0.61	3.97	0.73	4.03	0.62	3.49	0.81
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.47	0.54	3.54	0.67	3.62	0.72	3.61	1.06	3.86	0.61	3.00	0.66
รวม	3.58	0.42	3.53	0.39	3.79	0.44	3.81	0.72	3.90	0.49	3.11	0.51

ตาราง 18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์ของ โรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	33.696	5	6.739	17.340	.000*
	ภายในกลุ่ม	153.126	394	0.389		
	รวม	186.822	399			
2. ด้านราคาของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	19.701	5	3.940	7.549	.000*
	ภายในกลุ่ม	205.643	394	0.522		
	รวม	225.344	399			

ตาราง 18 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	58.616	5	11.72	26.196	.000*
	ภายในกลุ่ม	176.320	394	0.448		
	รวม	234.936	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	18.253	5	3.651	8.530	.000*
	ภายในกลุ่ม	168.615	394	0.428		
	รวม	186.868	399			
5. ด้านการบริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	8.746	5	1.749	3.479	.004*
	ภายในกลุ่ม	198.128	394	0.503		
	รวม	206.874	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.814	5	2.163	4.562	.000*
	ภายในกลุ่ม	186.796	394	0.474		
	รวม	197.609	399			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	16.790	5	3.358	6.508	.000*
	ภายในกลุ่ม	203.302	394	0.516		
	รวม	220.092	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	18.402	5	3.680	16.344	.000*
	ภายในกลุ่ม	88.721	394	0.225		
	รวม	107.123	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ และจากตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=16.344$, $p = .000$) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า

นักท่องเที่ยวมีผลต่อบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 19 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา (n=30)	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (n=149)	พนักงานบริษัทเอกชน (n=87)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n=44)	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน (n=55)	อื่นๆ (n=35)	
ด้านผลสัมฤทธิ์ของโรงแรม	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.38	-	-0.29	-0.53*	-0.42	-0.68*	0.41
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	-	-0.24	-0.12	-0.39*	0.70*
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.91	-	-	-	0.11	-0.15	0.96*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.80	-	-	-	-	-0.26	0.83*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	4.08	-	-	-	-	-	1.09*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	2.97	-	-	-	-	-	-
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	2.97	-	-	-	-	-	-
ด้านราคาของโรงแรม	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.42	-	0.04	-0.34	-0.23	-0.51	0.13
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.38	-	-	-0.38*	-0.27	-0.56*	0.08
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.78	-	-	-	0.11	-0.17	0.47
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.65	-	-	-	-	-0.28	0.35
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.93	-	-	-	-	-	0.64*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.29	-	-	-	-	-	-
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.29	-	-	-	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.47	-	0.08	-0.47	-0.41	-0.52*	0.79*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.39	-	-	-0.55*	-0.49*	-0.60*	0.71*
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.94	-	-	-	0.06	-0.05	1.26*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.88	-	-	-	-	-0.11	1.20*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.99	-	-	-	-	-	1.31*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	2.68	-	-	-	-	-	-
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	2.68	-	-	-	-	-	-
ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.74	-	0.33	-0.00	-0.02	-0.01	0.64*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.41	-	-	-0.33	-0.35*	-0.35	0.31
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.74	-	-	-	-0.02	-0.01	0.64*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.76	-	-	-	-	0.01	0.66*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	-	-	-	-	0.85*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.10	-	-	-	-	-	-
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.10	-	-	-	-	-	-
ด้านการบริการของพนักงาน	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.82	-	0.12	0.06	-0.14	0.15	0.49
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.70	-	-	-0.08	-0.27	0.02	0.37
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.76	-	-	-	-0.21	0.08	0.43
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.97	-	-	-	-	0.29	0.64*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.68	-	-	-	-	-	0.35
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.33	-	-	-	-	-	-
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.33	-	-	-	-	-	-

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว	อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา (n=30)	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (n=149)	พนักงานบริษัทเอกชน (n=87)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n=44)	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน (n=55)	อื่นๆ (n=35)	
ด้านกระบวนการให้บริการ	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	0.11	-0.03	-0.22	-0.28	0.24
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.64	-	-	-0.14	-0.33	-0.39*	0.15
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.78	-	-	-	-0.19	-0.25	0.29
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.97	-	-	-	-	-0.06	0.48
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	4.03	-	-	-	-	-	0.54*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.49	-	-	-	-	-	-
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.47	-	-0.07	-0.15	-0.15	-0.39	0.47
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.54	-	-	-0.06	-0.07	-0.32	0.54*
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.62	-	-	-	0.01	-0.24	0.62*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.61	-	-	-	-	-0.25	0.61*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.86	-	-	-	-	-	0.86*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.00	-	-	-	-	-	-
รวม	นักเรียน/นักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	3.58	-	0.05	-0.21	-0.23	-0.32	0.47*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.53	-	-	-0.26*	-0.28*	-0.37*	0.42*
	พนักงานบริษัทเอกชน	ค่าเฉลี่ย	3.79	-	-	-	-0.02	-0.11	0.68*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	3.81	-	-	-	-	-0.09	0.70*
	เกษียณ/ไม่ได้ทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.90	-	-	-	-	-	0.79*
	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	3.11	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ในทุกด้าน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ มีผลต่อบัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษียณและไม่ได้ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีผลต่อบัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษียณและไม่ได้ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ มีผลต่อบัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษียณและไม่ได้ทำงาน

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุ/ ไม่ได้ทำงาน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษียณและไม่ได้ทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่าง

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว ต่อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ ของนักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=44)		10,001- 20,000 บาท (n=74)		20,001- 30,000 บาท (n=94)		30,001- 40,000 บาท (n=36)		40,001- 50,000 บาท (n=89)		มากกว่า 50,001 บาท (n=63)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.21	0.66	3.90	0.57	3.70	0.73	4.13	0.66	3.64	0.63	3.69	0.62
ด้านราคาของโรงแรม	3.38	0.78	3.67	0.65	3.68	0.66	3.42	0.87	3.68	0.72	3.41	0.86
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.21	0.64	3.83	0.59	3.67	0.76	3.75	0.62	3.46	0.92	3.53	0.79
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.10	0.94	3.61	0.50	3.83	0.56	3.98	0.48	3.38	0.72	3.46	0.63
ด้านการบริการของพนักงาน	3.60	0.56	3.82	0.59	3.79	0.72	3.97	0.73	3.52	0.79	3.65	0.79
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.56	0.99	3.92	0.44	3.77	0.56	4.20	0.33	3.71	0.74	3.53	0.82
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.36	0.67	3.60	0.77	3.68	0.70	3.72	0.57	3.58	0.86	3.39	0.71
รวม	3.34	0.54	3.77	0.38	3.73	0.48	3.89	0.44	3.56	0.60	3.52	0.50

ตาราง 21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว
ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขต
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์ของ โรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	20.340	5	4.068	9.627	.000*
	ภายในกลุ่ม	166.482	394	0.423		
	รวม	186.822	399			
2. ด้านราคาของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	6.913	5	1.383	2.494	.031*
	ภายในกลุ่ม	218.431	394	0.554		
	รวม	225.344	399			
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	13.629	5	2.726	4.853	.000*
	ภายในกลุ่ม	221.307	394	0.562		
	รวม	234.936	399			
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	26.010	5	5.202	12.742	.000*
	ภายในกลุ่ม	160.858	394	0.408		
	รวม	186.868	399			
5. ด้านการบริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	7.349	5	1.470	2.902	.014*
	ภายในกลุ่ม	199.524	394	0.506		
	รวม	206.874	399			
6. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	15.225	5	3.045	6.578	.000*
	ภายในกลุ่ม	182.385	394	0.463		
	รวม	197.609	399			
7. ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.714	5	1.343	2.479	.031*
	ภายในกลุ่ม	213.379	394	0.542		
	รวม	220.092	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	9.895	5	1.979	8.019	.000*
	ภายในกลุ่ม	97.228	394	0.247		
	รวม	107.123	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจากตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=8.019$, $p = .000$) เมื่อพิจารณาทางด้าน รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่โดยวิธีการของเซฟเฟ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท
				(n=44)	(n=74)	(n=94)	(n=36)	(n=89)	(n=63)
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.21	-	-0.69*	-0.48*	-0.92*	-0.43	-0.48*
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.90	-	0.20	-0.23	0.26	0.21	
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.70	-	-	-0.43*	0.06	0.01	
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	4.13	-	-	-	0.49*	0.44*	
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.64	-	-	-	-	-0.05	
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.69	-	-	-	-	-	
ด้านราคาของโรงแรม	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.38	-	-0.29	-0.30	-0.04	-0.29	-0.03
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	-0.01	0.25	-0.01	0.24	
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.68	-	-	0.26	0.01	0.27	
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.42	-	-	-	-0.25	0.01	
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	-	-	-	0.26	
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.41	-	-	-	-	-	
ด้านช่องทางกระจายจำหน่าย	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.21	-	-0.62*	-0.46*	-0.54	-0.25	-0.32
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.83	-	0.16	0.08	0.37	0.30	
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.67	-	-	-0.08	0.21	0.14	
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	-	-	0.29	0.22	
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.46	-	-	-	-	-0.07	
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.53	-	-	-	-	-	

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=44)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท (n=74)	20,001-30,000 บาท (n=94)	30,001-40,000 บาท (n=36)	40,001-50,000 บาท (n=89)	มากกว่า 50,001 บาท (n=63)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.10	-	-.51*	-.73*	-.88*	-.28	-.36
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.61		-	-.22	-.37	.23	.15
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.83			-	-.15	.45*	.37*
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.98				-	.60*	.52*
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.38					-	-.08
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.46						-
ด้านการบริการของพนักงาน	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.60	-	-.22	-.19	-.37	.08	-.05
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.82		-	.03	-.15	.30	.17
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.79			-	-.18	.27	.14
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.97				-	.45	.32
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.52					-	-.13
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.65						-
ด้านกระบวนการให้บริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.56	-	-.36	-.21	-.64*	-.15	.03
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.92		-	.15	-.28	.21	.39*
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.77			-	-.43	.06	.24
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	4.20				-	.49*	.67*
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.71					-	.18
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.53						-
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.36	-	-.25	-.32	-.36	-.22	-.03
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.61		-	-.07	-.11	.03	.22
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.68			-	-.04	.10	.29
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.72				-	.14	.33
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.58					-	.19
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.39						-
รวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.34	-	-.43*	-.39*	-.55*	-.22	-.18
	10,001-20,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.77		-	.04	-.12	.21	.25
	20,001-30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.73			-	-.16	.17	.21
	30,001-40,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.89				-	.33	.37*
	40,001-50,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.56					-	.04
	มากกว่า 50,001 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.52						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้(Scheffe's Method) ในทุกด้าน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 50,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังพบว่า

ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

สมมติฐานที่ 2.6 นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำนักอาศัยต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พำนักอาศัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว	ประเทศไทย (n=30)		ประเทศอังกฤษ (n=90)		ประเทศเยอรมนี (n=105)		ประเทศ ออสเตรเลีย (n=103)		ประเทศสวีเดน (n=72)	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	3.54	0.24	3.72	0.75	3.67	0.65	3.68	0.74	3.87	0.67
ด้านราคาของโรงแรม	3.92	0.63	3.62	0.77	3.33	0.74	3.58	0.66	3.64	0.82
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.32	0.58	3.73	0.74	3.49	0.72	3.57	0.75	3.70	0.92
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.34	0.56	3.66	0.79	3.44	0.64	3.59	0.67	3.69	0.64
ด้านการบริการของพนักงาน	3.87	0.57	3.82	0.64	3.51	0.64	3.62	0.82	3.95	0.72
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.75	0.61	3.87	0.66	3.49	0.76	3.79	0.63	3.95	0.72
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.30	0.63	3.66	0.71	3.36	0.69	3.60	0.74	3.76	0.81
รวม	3.57	0.27	3.72	0.53	3.48	0.48	3.64	0.48	3.79	0.60

ตาราง 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยว ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พักอาศัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	2.955	4	0.739	1.587	.177
	ภายในกลุ่ม	183.867	395	0.465		
	รวม	186.822	399			
2. ด้านราคาของโรงแรม	ระหว่างกลุ่ม	10.415	4	2.604	4.785	.001*
	ภายในกลุ่ม	214.928	395	0.544		
	รวม	225.344	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.980	4	1.495	2.579	.037*
	ภายในกลุ่ม	228.957	395	0.580		
	รวม	234.936	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.271	4	1.318	2.866	.023*
	ภายในกลุ่ม	181.597	395	0.460		
	รวม	186.868	399			
5. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	10.794	4	2.699	5.436	.000*
	ภายในกลุ่ม	196.079	395	0.496		
	รวม	206.874	399			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	11.578	4	2.894	6.146	.000*
	ภายในกลุ่ม	186.031	395	0.471		
	รวม	197.609	399			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	10.217	4	2.554	4.807	.001*
	ภายในกลุ่ม	209.875	395	0.531		
	รวม	220.092	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.309	4	1.327	5.149	.000*
	ภายในกลุ่ม	101.814	395	0.258		
	รวม	107.123	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พักอาศัย และจากตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พักอาศัยต่างกัน มีผลต่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F=5.149$, $p = .000$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำนักอาศัยต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านราคาของโรงแรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรมมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 25 การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่พำนักอาศัย เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ		
ถิ่นที่พำนักอาศัย	ไทย (n=30)	อังกฤษ (n=90)	เยอรมนี (n=105)	ออสเตรเลีย (n=103)	สวีเดน (n=72)		
ด้านราคาของโรงแรม	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย 3.92	-	0.30	0.59*	0.34	0.28
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย 3.62	-	-	0.29	0.04	-0.02
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย 3.33	-	-	-	-0.26	-0.31
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย 3.58	-	-	-	-	-0.06
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย 3.64	-	-	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย 3.32	-	-0.41	-0.17	-0.26	-0.38
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย 3.73	-	-	0.24	0.15	0.03
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย 3.49	-	-	-	-0.09	-0.21
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย 3.58	-	-	-	-	-0.12
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย 3.70	-	-	-	-	-

ตาราง 25 (ต่อ)

ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการ ใช้บริการของ นักท่องเที่ยว	ประเทศ	ดินที่พักอาศัย	ค่าเฉลี่ย	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ	ประเทศ
				ไทย (n=30)	อังกฤษ (n=90)	เยอรมนี (n=105)	ออสเตรเลีย (n=103)	สวีเดน (n=72)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	3.34	-	-0.32	-0.10	-0.25	-0.35
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	3.66		-	0.22	0.07	-0.03
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย	3.44			-	-0.15	-0.25
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย	3.59				-	-0.10
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย	3.69					-
ด้านการบริการ ของพนักงาน	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	3.87	-	0.05	0.36	0.25	-0.08
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	3.82		-	0.31	0.20	-0.13
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย	3.51			-	-0.11	-0.44*
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย	3.62				-	-0.33
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย	3.95					-
ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	3.75	-	-0.12	0.26	-0.04	-0.21
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	3.87		-	0.38*	0.09	-0.09
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย	3.49			-	-0.30*	-0.47*
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย	3.79				-	-0.17
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย	3.96					-
ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	3.30	-	-0.36	-0.06	-0.30	-0.46
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	3.66		-	0.30	0.06	-0.10
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย	3.36			-	-0.24	-0.40*
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย	3.60				-	-0.16
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย	3.76					-
รวม	ประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	3.57	-	-0.15	0.09	-0.07	-0.22
	ประเทศอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	3.72		-	0.24*	0.08	-0.07
	ประเทศเยอรมนี	ค่าเฉลี่ย	3.48			-	-0.16	-0.31*
	ประเทศออสเตรเลีย	ค่าเฉลี่ย	3.64				-	0.15
	ประเทศสวีเดน	ค่าเฉลี่ย	3.79					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้(Scheffe's Method) ในทุกด้าน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมนี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม แตกต่าง

จากผู้ที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศอังกฤษ และประเทศสวีเดน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคาของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศไทย มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านราคาของโรงแรม แตกต่างจากผู้ที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมนี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมนี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านการบริการของพนักงาน แตกต่างจากผู้ที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศสวีเดน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมนี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศอังกฤษ ประเทศออสเตรเลีย และประเทศสวีเดน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมนี มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างจากผู้ที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในประเทศสวีเดน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนคนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 รูปแบบการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	χ^2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	103.777	.000*
ด้านราคาของโรงแรม	55.706	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	40.010	.005*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	118.047	.000*
ด้านการบริการของพนักงาน	59.246	.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	61.980	.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	64.360	.000*
รวม	76.205	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า รูปแบบการจองห้องพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รูปแบบการจอง

ห้องพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	χ^2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	114.526	.000*
ด้านราคาของโรงแรม	55.763	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	71.028	.005*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	123.097	.000*
ด้านการบริการของพนักงาน	63.949	.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	62.674	.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	79.093	.000*
รวม	67.725	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3.3 ความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	χ^2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	67.085	.000*
ด้านราคาของโรงแรม	44.852	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	109.958	.005*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	50.463	.000*
ด้านการบริการของพนักงาน	43.564	.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	64.808	.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	57.444	.000*
รวม	56.079	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความถี่ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3.4 จำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	χ^2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	44.469	.000*
ด้านราคาของโรงแรม	44.726	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	46.808	.005*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	57.405	.000*
ด้านการบริการของพนักงาน	18.786	.094
ด้านกระบวนการให้บริการ	38.440	.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	41.066	.000*
รวม	31.069	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ พบว่า จำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า จำนวนคนที่เข้าพักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน

สมมติฐานที่ 3.5 ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว	χ^2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม	52.798	.000*
ด้านราคาของโรงแรม	52.903	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	61.881	.005*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	82.459	.000*
ด้านการบริการของพนักงาน	47.961	.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	27.113	.007*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	60.398	.000*
รวม	42.384	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าสถิติไค สแควร์ พบว่า ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้านการ บริการของ พนักงาน	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	*	*	*	*	*	*	*
ด้านราคาของโรงแรม	*	*	*	*	*	*	*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	*	*	*	*	*	*	*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	*	*	*	*	*	*	*
ด้านการบริการของพนักงาน	*	*	*	*	*	*	*
ด้านกระบวนการให้บริการ	*	*	*	*	*	*	*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	*	*	*	*	*	*	*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	ถิ่นที่พักอาศัย
ด้านผลิตภัณฑ์	-	*	*	*	*	-
ด้านราคาของโรงแรม	-	*	*	*	*	*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	*	*	*	*	*	*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	*	*	*	*	*	*
ด้านการบริการของพนักงาน	-	*	*	*	*	*
ด้านกระบวนการให้บริการ	*	*	*	*	*	*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	*	*	*	*	*	*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเพศมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม ด้านการบริการของพนักงาน และส่วนถิ่นที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ	รูปแบบการ จองห้องพัก	บุคคลที่มี อิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ	ความถี่ใน การใช้ บริการ	จำนวน คนที่เข้า พัก	ค่าใช้จ่าย ในแต่ละ ครั้ง
ด้านผลิตภัณฑ์	*	*	*	*	*
ด้านราคาของโรงแรม	*	*	*	*	*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	*	*	*	*	*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	*	*	*	*	*
ด้านการบริการของพนักงาน	*	*	*	-	*
ด้านกระบวนการให้บริการ	*	*	*	*	*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	*	*	*	*	*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ส่วนจำนวนคนที่เข้าพักมีความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

สำหรับการปรับปรุงคุณภาพโรงแรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีส่วนน้อยและสามารถสรุปรวมได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม (Product)

1.1 ห้องอาหารของโรงแรมควรมีการตกแต่งแบบไทยๆ

2. ด้านราคาของโรงแรม (Price)
 - 2.1 ราคาทางอินเทอร์เน็ตมีราคาต่ำกว่าความเป็นจริงค่อนข้างสูง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)
 - 3.1 ไม่มี
4. ปัญหาด้านอื่นๆ
 - 4.1 การใช้ภาษาของพนักงานขับรถควรมีการปรับปรุง
 - 4.2 ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่แม่นยำชัดเจน
 - 4.3 แก้อั้วบริเวณชายหาดหน้าโรงแรมมีจำนวนน้อย



บทที่ 5

บทสรุป

ในยุคปัจจุบันการประกอบการด้านธุรกิจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมต้องประสบปัญหาการแข่งขันอย่างรุนแรงและอาจมีได้นำวิทยาการด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ต้องการทราบถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านที่ธุรกิจโรงแรมและพัฒนาโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ และมาตรฐานใกล้เคียงกัน

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย และใช้บริการโรงแรมในกลุ่ม 1 (โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักขั้นต่ำ ตั้งแต่ 2,500 บาท/ห้อง/คืน ขึ้นไป) ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และ one-way ANOVA และวิธีการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ ใช้การทดสอบสมมุติฐานโดยการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-square)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม โดยได้แบ่งโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวโดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในด้าน โดยมีลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ซึ่งใช้ส่วนผสมทางการตลาดเป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้โดยอิสระทั้งในเชิงข้อปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพโรงแรมโดยมีการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.0) มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 25.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 24.8) อาชีพข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 37.3) รายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 23.5) และมีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ประเทศเยอรมนี (ร้อยละ 26.3)**

2. **พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจองห้องพักโดยผ่านบริษัททัวร์ (ร้อยละ 48.3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรม (ร้อยละ 28.8) จะเข้าพักที่โรงแรมประมาณ 2-3 คน (ร้อยละ 50.5) ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 39.5) และมีใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งประมาณ 4,501-5,500 บาท (ร้อยละ 29.3)**

3. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) ด้านราคาของโรงแรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ด้านการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีรายละเอียด ดังนี้**

ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องชื่อเสียงของโรงแรม ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมาคือ เรื่องการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกห้องพักมีความเหมาะสม และเรื่องการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากัน ($\bar{X} = 3.72$)

เรื่องบริการอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ ($\bar{X} = 3.65$) และเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ($\bar{X} = 3.63$) เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านราคาของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านราคาของโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องการลดราคาของห้องพัก ($\bar{X} = 3.78$) อยู่ในระดับมาก เรื่องถูกกว่าโรงแรมอื่นที่ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน ($\bar{X} = 3.64$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องราคาห้องพักที่ระบุชัดเจน ($\bar{X} = 3.57$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องราคาเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.26$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องจองผ่านอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.81$) อยู่ในระดับมาก เรื่องขายตรง และเรื่องบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.59$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องจองผ่านเครือข่ายโรงแรม ($\bar{X} = 3.38$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องการโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.91$) อยู่ในระดับมาก เรื่องการเสนอขายผ่านพนักงาน ($\bar{X} = 3.63$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ(คูปองส่วนลด) ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับมาก เรื่องการประชาสัมพันธ์โดยผ่านการร่วมกิจกรรมทางสังคมและเทศกาลต่างๆ ($\bar{X} = 3.45$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องที่ทำให้ความสำคัญลำดับสุดท้าย คือ เรื่อง การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยว ($\bar{X} = 3.33$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่อง

พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทสุภาพอ่อนโยน ($\bar{X} = 4.13$) อยู่ในระดับมาก เรื่องมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 3.97$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีความรู้ในเรื่องภายในจังหวัด ($\bar{X} = 3.46$) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องชุดเครื่องแบบในการปฏิบัติงานมีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.31$) อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องระบบการรับจองทันสมัย ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือเรื่องมีระบบการจองห้องพักด้วยอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.82$) และเรื่องมีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก ($\bar{X} = 3.62$) และเรื่องขั้นตอนการการเข้าพักและคืนห้องพัก ไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 3.55$) เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เรื่องการออกแบบในภาพรวมเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ($\bar{X} = 4.03$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เรื่องทำเลที่ตั้งห้องพักใกล้จุดชมวิว ($\bar{X} = 3.53$) อยู่ในระดับมาก และเรื่องมีลานจอดรถที่สะดวกและเข้าถึงห้องพักได้ง่าย ($\bar{X} = 3.38$) อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานของภาครัฐ ($\bar{X} = 3.31$) อยู่ในระดับปานกลาง เป็นลำดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานจำนวน 3 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพศมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม และด้านการบริการของพนักงาน ส่วนถิ่นที่พำนักอาศัยมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ความถี่ใน

การใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ส่วนจำนวนคนที่เข้าพักมีความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวคิดและทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยได้เป็นประเด็น ดังนี้

ด้านการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามอายุปี พ.ศ. 2549 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนิตฐา วงศ์คำจันทร์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมออบลแกรนด์ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งต้องการการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการ คำนึงถึงเรื่องความปลอดภัย และไม่ชอบการท่องเที่ยวที่ต้องผจญภัยหรือผาดโผนมากนัก และกลุ่มตัวอย่างยังมีอายุ 21-31 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-30,000 บาท ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวผู้ที่เพิ่งจบจากโรงเรียนและเข้าทำงาน หรือกำลังศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย อายุเฉลี่ยของผู้ที่แต่งงานจะสูงขึ้น จำนวนคนกลุ่มนี้จึงมีมากขึ้น รายได้มักจะสูงและการ ใช้จ่ายจะเป็นไปเพื่อของใช้ส่วนตัวหรือสิ่งฟุ่มเฟือยการบริโภคเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมที่เน้นความสะดวกสบายทันสมัย ด้วยเหตุผลนี้ปัจจัยส่วนบุคคลจึงมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนได้มากกว่าหรืออาจจะเป็นเพราะการเดินทางเพื่อหน้าที่การงาน ประชุมสัมมนา ศึกษาดูงานต่างๆ ซึ่งระดับรายได้ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวสำหรับการดำรงชีพในประเทศไทยค่อนข้างสูงซึ่งส่วนใหญ่ มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ประเทศเยอรมนีซึ่งสอดคล้องกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ปีพ.ศ. 2549 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรปซึ่ง

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ หล่อธนวณิชย์ และนฤตย์ นิ่มสมบุญ (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสถานบริการที่พักแบบประหยัด สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่พำอาศัยอยู่ในทวีปยุโรปและเดินทางเข้ามาเกาะสมุย

อันดับ 1 โดยในจำนวนนี้คือ ประเทศเยอรมนี และตลาดสำคัญในยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวปีต่อไปมุ่งเน้นที่ประเทศรัสเซีย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริหารมองเห็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะมาใช้บริการโรงแรมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งการสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการกำหนดนโยบายการบริหารงานของโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการโรงแรมมากขึ้น

ด้านการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการจองห้องพักพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจองห้องพักโดยผ่านบริษัททัวร์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ ตัวเองจะเข้าพักที่โรงแรมประมาณ 2-3 คนความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งประมาณ 4,501-5,500 บาท

ซึ่งสอดคล้องกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของจำนวนผู้เยี่ยมชมออนไลน์ จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ปีพ.ศ. 2549 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งพบว่า มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-3 คนต่อครั้ง

รวมทั้งยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปลื้มใจ สีนอากร (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ตัวนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรม

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของ ดังภาพ 3 หน้า 13 ในบทที่ 2 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539. หน้า 68) คือจุดเริ่มต้นของแบบจำลองอยู่ที่ การตระหนักถึงความต้องการมักเป็นจุดเริ่มของกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่จะมีอิทธิพลต่อเป็นผู้ที่ศึกษาโดยตรงกับตัวเอง การหาข้อมูลซึ่งไม่จำเป็นเสมอไปที่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการหากเกิดความแน่ใจและมีข้อมูลเพียงพออยู่แล้วหรือพร้อมที่จะซื้อในขณะที่เกิดความต้องการ ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังซื้อ โดยนักท่องเที่ยวผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ จะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองการซื้อ

ด้านการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ เครืออารีย์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากคือ ปัจจัยบุคคล ปัจจัยราคา ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยกระบวนการ และ ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่งเสริม

การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ด้านผลการทดสอบสมมติฐานสามารถวิเคราะห์ห้ออกมาได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม มีความสัมพันธ์กัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานแนวคิดและทฤษฎี ของ Booms and Britner (kotler,1997,427 citing Booms and Britner) กล่าวว่าวิธีการทางการตลาด 4Ps แบบเดิมนั้นมักจะให้ผลดีแก่สินค้าแต่องค์ประกอบเพิ่มเติมสำหรับธุรกิจบริการนั้น ซึ่งได้เสนอกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจบริการเพิ่มขึ้นอีก 3Ps นั่นคือ คน (people) สถานที่, เครื่องมือและอุปกรณ์ (physical evidence) และระบบการให้บริการ (process) รวมแล้วจะได้ 7Ps ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์ (product) 2. ราคา (price) 3.การจัดจำหน่าย (place) 4.การส่งเสริมการตลาด (promotion) 5.บุคลากร (people) 6.ลักษณะทางกายภาพ(physical evidence) 7.ระบบการให้บริการ(process)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท ผุดผ่อง (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการต่างๆ ของโรงแรมในเกาะสมุยจำแนกตามคุณลักษณะพบว่า อายุ การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพศมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม และด้านการบริการของพนักงานและส่วนถิ่นที่พักอาศัยมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม และด้านการบริการของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมย่อมมีความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับเฉพาะบุคคล และเมื่อได้รับบริการนั้นแล้วประเมินประการบริการนั้น

ไม่เป็นไปตามที่คาดหมายจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาของโรงแรม และด้านการบริการของพนักงานมากนัก

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย ประดาอินทร์ (2546) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาห้องพัก ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผลวิจัยยังสอดคล้องกับ กัลยา สมมาตย์ (2541) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า รายได้และสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนภูมิภาคต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมทุกด้าน ได้แก่ รูปแบบการจองห้องพัก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ส่วนจำนวนคนที่เข้าพักมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน

ซึ่งสอดคล้องกับ ปลื้มใจ สีนอากร (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า จำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

ส่วนจำนวนคนที่เข้าพักมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการบริการของพนักงาน ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า จำนวนลูกค้าที่เข้าพักต่อครั้ง กับจำนวนพนักงานที่รองรับต่อการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากลูกค้าอาจจะเกิดความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในการเข้าพักดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญด้านบุคลากรให้มากยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัยที่ปรากฏได้นำแนวคิดที่สอดคล้อง ในด้านแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Kotler, 1997, 427 citing Booms and Britner) บุคลากร (people) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (selection) การฝึกอบรม (training) การจูงใจ (motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่มมีการติดต่อกับลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ แนวคิดทาง

การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ,2539.หน้า 287) บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพดีหน้าตายิ้มแย้มต้อนรับ พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย และยังได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่ามี การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร (competence) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย การตอบสนองของลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding / knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวล้วนมีความสำคัญต่อปรับปรุงและพัฒนาให้การบริการของพนักงานมีสำคัญต่อพฤติกรรมกรเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวในทุกด้านมีความสำคัญได้อย่างเท่าเทียมและพัฒนาสู่ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริการโรงแรม ในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มองเห็นภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านที่ธุรกิจโรงแรมและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริหารของโรงแรมควรมีการกำหนดนโยบายการบริหารและวางแผนกลยุทธ์การตลาดโรงแรม โดยมุ่งความสำคัญไปที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเกาะสมุย มากที่สุดใน 5 อันดับแรกที่เป็นเพศหญิง อายุ 21-31 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และมีถิ่นที่พักในประเทศเยอรมนี เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเกาะสมุย จะสามารถกระตุ้นและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

2. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการ

ให้บริการเป็นอันดับแรก ดังนั้น ผู้ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรมจึงควรคำนึงถึงและให้ความสำคัญกับระบบการรับจองทันสมัย การบริการจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ต การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก และขั้นตอนการการเข้าพักและคืนห้องพักไม่ซับซ้อน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงความต้องการ อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการในภายหลัง

3. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการของพนักงานเป็นอันดับที่สอง ดังนั้น ผู้ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรมจึงควรคำนึงถึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริการของพนักงาน อาทิเช่น มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาท และสุภาพอ่อนโยน รวมไปถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารและมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด สามารถให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้ ก่อให้เกิดความประทับใจของนักท่องเที่ยว และกลับมาใช้บริการในภายหลัง

4. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สำหรับการปรับปรุงคุณภาพโรงแรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมในเขตอำเภอสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีส่วนน้อยและสามารถสรุปรวมได้ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม (Product)

4.1.1 ห้องอาหารของโรงแรมควรมีการตกแต่งแบบไทยๆ

4.2 ด้านราคาของโรงแรม (Price)

4.2.1 ราคาทางอินเทอร์เน็ตมีราคาต่ำกว่าความเป็นจริงค่อนข้างสูง

4.3 ปัญหาด้านอื่นๆ

4.3.1 การใช้ภาษาของพนักงานขับรถควรมีการปรับปรุง

4.3.2 ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวไม่แม่นยำชัดเจน

4.3.3 แก้วอับริเวณชายหาดหน้าโรงแรมมีจำนวนน้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT Analysis) ของการบริการโรงแรมในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การบริการโรงแรมของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาความต้องการในการใช้บริการโรงแรมในเกาะสมุย เพื่อให้มองเห็นภาพความต้องการในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว และสามารถนำผลการศึกษามาจัดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม

3. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโรงแรมบนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการโรงแรมของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

บรรณานุกรม

- กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). รายงานสถิติประจำปี 2549. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2550, จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/672/Samui_%28Surat.
- กัมปนาท ผุดผ่อง. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในเกาะสมุย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.
- โกศล วัชรโรจน. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ขจิต กอบเดช. (2535). งานโรงแรมฝ่ายห้องพัก. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จงกลนี เลิศสุจิตกุล. (2532). ธุรกิจโรงแรมกับการโฆษณา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2543). การจัดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม. คณะมนุษยศาสตร์ กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปาชีพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาดลาดการท่องเที่ยว. ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรฤดี สุกเปล่ง. (2543). ผลของบุคลิกภาพและเซิร์ฟอาร์มที่มีต่อคุณภาพการให้บริการตามรับรู้ของหัวหน้างานของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมชั้นหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชลธิชา บุญนาค. (2544). เอกสารประกอบการสอน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว(412-553). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงใจ หล่อธนวนิชย์ และนฤตย์ นิมสมบุญ. (2532). แนวทางการพัฒนาสถานบริการที่พักแรมแบบประหยัด การศึกษาแนวทางการพัฒนาสถานบริการที่พักแรมแบบประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เทศบาลตำบลเกาะสมุย. (2550). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2550, จาก <http://www.kohsamuicity.org/tour.html>.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2533). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ธงชัย สันติวงศ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชชัย ประดาอินทร์.(2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเซนต์จอร์จส์, กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ สุวงศ์วาร. (2541). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครตามการรับรู้ของหัวหน้างาน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธีระเดช รุ่งมงคล. (2538). การวิจัยอุตสาหกรรมบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นงนุช อีร์เชิดชู. (2545). การวิเคราะห์การประหยัดต่อขนาดในอุตสาหกรรมโรงแรมไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นรา ชำคณ. (2544). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมโรงแรมขนาดเล็ก. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บั้งอร ฉัตรรุ่งเรือง และ วรพล วัฒนเหลือกุล. (2547). การบริหารและการจัดการงานโรงแรม. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- ประเสริฐศิลป์ จุฑาเทียบ. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของโรงแรมลายทองจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปริยดา ตัญยานนท์. (2545). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- ปลื้มใจ สีนากกร (2548). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.

- มาลี โชคเจริญเลิศ (2544). การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดโรงแรมไทย และโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- พรพรรณ เตชะหริวจิตร. (2530). การศึกษาการจัดการฝ่ายห้องอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริรัตน์ เสรีรัตน์ (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริรัตน์ เสรีรัตน์ (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: เอ.เอ็น. การพิมพ์.
- สมาคมโรงแรมไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มิลเล็ทกรุ๊ป.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์ .
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2550). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2550 จาก http://www3.suratthani.go.th/home/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=76
- สำออง งามวิชา. (2543). การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมกมล พวงพรหม.(2546). ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- เสาวลักษณ์ เครืออารีย์. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญมณี ขำกรม. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอ เมืองขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- Kotler, Philip John Bowen and James Makens. (1999). Marketing for hospitality and tourism. (2nd .ed).Newyork:Van Nostrand Reinhold.
- Richards Greg. (1995). Cultural tourism in Europe. UK: Biffles Guildford.

Robert W. (1990). *Tourism: Principles, practices, Philosophies*, (6th ed), New York: Wiley Press.

Thomas F. (1999). *Introduction to the Hospitality Industry* . (4nd ed). Las Vegas. John Wiley & Son.

World tourism organization. Retrived August 11, 2007. *Tourism 2020 vision.*, from <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>.







แบบสอบถามชุดที่ _____

มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เรียน ท่านผู้กรอกแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม
ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและ
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร

ทั้งนี้เพื่อ ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม แนวทางในการกำหนด
กลยุทธ์ทางการตลาดด้านที่ธุรกิจโรงแรมต้องพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ภาพรวม
ของปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้มาใช้บริการ เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ ในการศึกษาข้อมูลประกอบการ
ตัดสินใจด้านการลงทุนในธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาและวิเคราะห์ ข้อมูล
เท่านั้น ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือที่ได้รับจากท่าน

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเกาะสมุย
จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

นิพนภรณ์ ชูข้า

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอ
เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม (Product)					
1. ชื่อเสียงของโรงแรม	5	4	3	2	1
2. การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกห้องพักมีความเหมาะสม	5	4	3	2	1
3. การบริการอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ	5	4	3	2	1
4. การรักษาความปลอดภัย	5	4	3	2	1
5. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	5	4	3	2	1
2. ราคาของโรงแรม (Price)					
6. การลดราคาของห้องพัก	5	4	3	2	1
7. ถูกกว่าโรงแรมอื่นที่ระดับคุณภาพใกล้เคียงกัน	5	4	3	2	1
8. ราคาห้องพักที่ระบุชัดเจน	5	4	3	2	1
9. ราคาเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
10. ขายตรง	5	4	3	2	1
11. บริษัทนำเที่ยว	5	4	3	2	1
12. จองผ่านอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
13. จองผ่านเครือข่ายโรงแรม	5	4	3	2	1
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
14. การโฆษณา ทาง อินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
15. การเสนอขายผ่านพนักงาน	5	4	3	2	1
16. มีการจัดรายการพิเศษ(คูโปงส่วนลด)	5	4	3	2	1
17. การประชาสัมพันธ์โดยผ่านการร่วมกิจกรรมทางสังคมและเทศกาลต่างๆ	5	4	3	2	1
18. การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยว	5	4	3	2	1
5. การบริการของพนักงาน (People)					
19. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทสุภาพอ่อนโยน	5	4	3	2	1
20. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	5	4	3	2	1
21. ชุดเครื่องแบบในการปฏิบัติงานมีเอกลักษณ์	5	4	3	2	1
22. มีความรู้ในเรื่องภายในจังหวัด	5	4	3	2	1

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.กระบวนการให้บริการ (Process)					
23. ระบบการรับจองทันสมัย	5	4	3	2	1
24. มีระบบการจองห้องพักด้วยอินเทอร์เน็ต	5	4	3	2	1
25. มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการเข้าพัก	5	4	3	2	1
26. ขั้นตอนการการเข้าพักและคืนห้องพัก ไม่ซับซ้อน	5	4	3	2	1
7.สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)					
27. การออกแบบในภาพรวมเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย	5	4	3	2	1
28. ทำเลที่ตั้งห้องพักใกล้จุดชมวิว	5	4	3	2	1
29. มีลานจอดรถที่สะดวกและเข้าถึงห้องพักได้ง่าย	5	4	3	2	1
30. ได้รับรางวัลด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานของภาครัฐ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สำหรับการปรับปรุงคุณภาพโรงแรมหรือไม่อย่างไร

1.ด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรม

.....

.....

.....

2.ด้านราคาของโรงแรม

.....

.....

.....

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

.....

.....

4.ด้านอื่นๆที่ควรปรับปรุง

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
 นิภาพรณ์ ชูขำ
 ผู้วิจัย



Questionnaire No. _____

Naresuan University Bangkok Campus
Master of Arts (Hotel and Tourism Management)

QUESTIONNAIRE

A STUDY ON FACTORS THAT INFLUENCE DECISION MAKING OF TOURISTS IN
CHOOSING A HOTEL IN SAMUI ISLAND DISTRICT AT SURATTHANI PROVINCE

Dear Guest.

This survey questionnaire is part of a research study by Naresuan University Bangkok Campus for Master of Arts (Hotel and Tourism Management). Information obtained from this questionnaire will be use only for education purpose and will be kept confidential. Thank you very much for your time and cooperation.

This questionnaire is divided into 4 part;

Part 1: Your Personal Information

Part 2: Behavior of tourists using services accommodation.

Part 3: Factors that Influence Decision Making by tourist in choosing a
Hotel on Samui Island in Surat-thani Province.

Part 4: Personal advice and suggestions

Sincerely Yours,

Researcher

Nipaporn Chukham

Part 3: Factors that Influence Decision Making by tourist in choosing a Hotel on Samui Island in SuratThani Province

Factors that Influence Decision Making of Tourist in Choosing a Hotel	Level of importance				
	Most	Very much	Moderate	Less	Lest
1. Hotel product.					
1. Hotel popularity	5	4	3	2	1
2. Interior / Exterior Design	5	4	3	2	1
3. Varieties of food and beverage	5	4	3	2	1
4. Security	5	4	3	2	1
5. Amenities inside the rooms	5	4	3	2	1
2. Pricing					
6. Sales and promotion	5	4	3	2	1
7. Cheaper than the other hotels	5	4	3	2	1
8. Clear pricing specification	5	4	3	2	1
9. Pricing change for different seasons					
3. Place (Selling channel)					
10. Direct sales	5	4	3	2	1
11. Travel Agents	5	4	3	2	1
12. Internet	5	4	3	2	1
13. Channels conduct by hotel					
4. Promotion					
14. Advertising through internet	5	4	3	2	1
15. Discount coupon	5	4	3	2	1
16. Sales Presentations					
17. Public relation	5	4	3	2	1
18. Advertising in Brochure, Magazine, Travel magazine	5	4	3	2	1
5. People (Services of hotel staffs)					
19. Friendliness toward guests	5	4	3	2	1
20. Ability to communicate with the guests	5	4	3	2	1
21. Individuality of staff's uniform	5	4	3	2	1

Factors that Influence Decision Making of Tourist in Choosing a Hotel	Level of importance				
	Most	Very much	Moderate	Less	Least
6. Process (Services process of hotel)					
22. Knowledge of local tourist attractions	5	4	3	2	1
23. Modern booking system					
24. Internet booking	5	4	3	2	1
25. Order of services process	5	4	3	2	1
26. Easiness of C/I, C/O procedures	5	4	3	2	1
7. Physical evidence (Physical appearance of hotel)					
27. Have unique appearance of Thai Cultural design	5	4	3	2	1
28. Designated near tourist attraction	5	4	3	2	1
29. Easy access between parking space and accommodation	5	4	3	2	1
30. Award given by government concerning environmental issue.	5	4	3	2	1

Part 4 : Personal advice and suggestions for improving the quality of hotel ?

1. Hotel product.....
.....
.....
2. Price.....
.....
.....
3. Place (Selling cannel).....
.....
.....
4. Others.....
.....
.....

Thank you very much for your kind cooperation.

Researcher.

ตาราง 34 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติในการใช้บริการโรงแรมใน
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สัญชาติ	มกราคม - ธันวาคม		
	2550	2549	(%)
Thai	77,960	84,310	-7.53
Malaysia	6,881	4,036	+70.49
Singapore	7,860	5,318	+47.80
China	12,322	9,649	+27.70
Hong Kong	8,038	6,898	+16.53
Japan	24,002	22,327	+7.50
Korea	13,746	6,146	+123.66
Taiwan	4,068	2,163	+88.07
Austria	18,335	25,193	-27.22
Belgium	4,967	4,861	+2.18
Denmark	17,776	19,222	-7.52
France	28,531	29,245	-2.44
Germany	113,282	140,071	-19.13
Italy	28,288	30,365	-6.84
Netherlands	19,376	21,543	-10.06
Sweden	35,545	40,505	-12.25
Switzerland	35,077	38,480	-8.84
U.K.	127,479	116,599	+9.33
U.S.A.	25,281	24,104	+4.88
Canada	8,913	9,406	-5.24
Middle East	3,667	3,508	+4.53
Australia	65,532	50,055	+30.92
New Zealand	10,320	8,167	+26.36
India	4,829	4,474	+7.93
Russia	28,352	22,567	+25.63
Eastern Europe	5,654	5,484	+3.10
Indonesia	348	295	+17.97

ตาราง 34 (ต่อ)

สัญชาติ	มกราคม - ธันวาคม		
	2550	2549	(%)
Philippine	493	379	+30.08
Finland	8,577	6,787	+26.37
Norway	13,012	13,563	-4.06
Spain	6,997	4,605	+51.94
Africa	4,135	3,766	+9.80
Myanmar	47	26	+80.77
Israel	18,277	21,198	+13.78
Lao	25	4	+525.00
Vietnam	12	-	-
Brunei	44	20	+120.00
Others South Asia	-	794	+327.83
Others The America	3,397	846	+140.78
Ireland	2,037	-	-
Iceland	5,998	-	-
Scotland	327	-	-
Poland	426	-	-
Czech Republic	698	-	-
Hungary	841	-	-
Ukraine	371	-	-
Estonia	1,119	-	-
Saudi Arabia	137	-	-
Arab Emirates	169	-	-
Oman	502	-	-
Bahrain	173	-	-
Others	50,070	53,097	-5.70
Total	854,475	840,076	+1.71
Thai	77,960	84,310	-7.53
Foreigners	776,515	755,766	+2.75

ตาราง 35 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2550 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รายการข้อมูล ประมวลผลข้อมูล ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551	มกราคม - ธันวาคม		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	160,877	898,65	1,59,42
นักท่องเที่ยว	153,38	897,99	1,51,37
นักทัศนอาจร	7,337	966	8,05
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามพาหนะการ	160,77	898,65	1,59,42
เดินทาง	28,062	401,855	429,917
เครื่องบิน	21,599	154,005	175,604
รถไฟ(ลงที่พุนพินในตัวเมืองสุราษฎร์ธานี)	44,440	177,363	221,803
รถโดยสารประจำทาง	66,064	146,708	212,772
รถส่วนตัว	712	18,834	19,546
อื่น ๆ(เรือนำเที่ยวหรือเรือสำราญ)			
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	153,538	897,799	1,051,337
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	77,960	775,515	853,475
บ้านญาติ/เพื่อน(บ้านเช่า)	50,678	76,582	127,260
ที่พักในอุทยานฯ(หมู่เกาะอ่างทอง)	24,605	45,702	70,307
บ้านรับรอง	-	-	-
อื่น ๆ(หอพัก วัด หรืออพาร์เมนท์)	295	-	295
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	2.47	4.82	4.48
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	2,204.81	3,053.73	2,984.12
นักท่องเที่ยว	2,217.47	3,054.03	2,986.59
นักทัศนอาจร	1,550.63	1,718.43	1,570.13
รายได้(ล้านบาท)	852.61	13,216.55	14,069.16
นักท่องเที่ยว	841.23	13,214.89	14,056.12
นักทัศนอาจร	11.38	1.66	13.04

ตาราง 36 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามเพศปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เพศ	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ชาย	73,979	49.16	433,939	49.82	507,918	49.73
หญิง	76,504	50.84	437,022	50.18	513,526	50.27
รวม	150,483	100.00	870,961	100.00	1,021,444	100.00

ตาราง 37 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามอาชีพ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อาชีพ	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
1.ประกอบธุรกิจส่วนตัว	32,833	21.82	135,845	15.60	168,678	16.51
2.ข้าราชการ-วิสาหกิจ	23,097	15.35	93,183	10.70	116,280	11.38
3.พนักงานบริษัท	32,198	21.40	297,765	34.19	329,963	32.30
4.แม่บ้าน-ว่างงาน	6,822	4.53	39,791	4.57	46,613	4.56
5.นักเรียน-นักศึกษา	25,663	17.05	113,687	13.05	139,350	13.64
6.เกษียณ	6,335	4.21	45,595	5.24	51,930	5.08
7.เกษตรกร	15,862	10.54	14,512	1.67	30,374	2.97
8.ลูกจ้าง-คนงาน-พนักงาน	7,673	5.10	89,782	10.31	97,455	9.54
9.อื่นๆ	-	-	40,801	4.67	40,801	4.02
รวมทั้งหมด	150,483	100.00	870,961	100.00	1,021,444	100.00

ตาราง 38 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับของรายได้ ปี 2549
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระดับของรายได้	ชาวต่างประเทศ	
	นักท่องเที่ยว	ร้อยละ
(หน่วย : USD)		
1.Under 20,000 USD/ Year	77,608	8.91
2. 20,001 – 40,000 USD/ Year	253,550	29.11
3. 40,001 – 60,000 USD/ Year	340,573	39.10
4. 60,001 – 80,000 USD/ Year	120,578	13.84
5. 80,001 – 100,000 USD/ Year	64,431	7.40
6. Over 100,000 USD/ Year	14,221	1.64
รวมทั้งหมด	870,961	100.00

ตาราง 39 จำนวนผู้เยี่ยมเยือน จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ปี 2549
อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
คนเดียว	16,147	10.73	79,094	9.08	95,241	9.32
2 คน	43,844	29.14	416,977	47.88	460,821	45.11
3 คน	35,306	23.46	186,448	21.41	221,754	21.71
4 คน	20,370	13.54	109,194	12.54	129,564	12.68
5 คน	11,857	7.88	51,875	5.96	63,732	6.24
6 - 10 คน	21,251	14.12	20,312	2.33	41,563	4.07
มากกว่า 10 คน	1,708	1.13	7,061	0.80	8,769	0.87
รวม	150,483	100.00	870,961	100.00	1,021,444	100.00
จำนวนคน/กลุ่ม	3.57	-	2.76	-	2.88	-

ตาราง 40 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

หมวดค่าใช้จ่าย	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
1. ค่าที่พัก	689.63	30.54	1,026.74	33.41	999.24	33.24
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	394.29	17.46	530.39	17.26	519.29	17.27
3. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	360.06	15.95	427.97	13.93	422.44	14.05
4. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	272.99	12.09	381.03	12.40	372.22	12.38
5. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	111.56	4.94	171.01	5.57	166.16	5.53
6. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	312.32	13.83	381.62	12.42	375.97	12.51
7. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	117.12	5.19	154.08	5.01	151.06	5.02
รวมทุกหมวดค่าใช้จ่าย	2,257.97	100.00	3,072.84	100.00	3,006.38	100.00

ตาราง 41 รายได้จากการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชมเยือน จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี 2549 อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รายได้ จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่าย	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
1. ค่าที่พัก	261.92	30.54	4,391.74	33.41	4,653.66	33.24
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	149.75	17.46	2,268.69	17.26	2,418.44	17.27
3. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	136.75	15.95	1,830.61	13.93	1,967.36	14.05
4. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	103.68	12.09	1,629.82	12.40	1,733.50	12.38
5. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	42.37	4.94	731.48	5.57	773.85	5.53
6. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	118.62	13.83	1,632.33	12.42	1,750.95	12.51
7. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	44.48	5.19	659.04	5.01	703.52	5.02
รวมทุกหมวดค่าใช้จ่าย	857.57	100.00	13,143.71	100.00	14,001.28	100.00

ตาราง 42 รายชื่อโรงแรม กลุ่ม 1 ปี 2550 ในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
1. AMARI PALM REEF RESORT & SPA	14/3 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	187
2. AMARIN VICTORIA RESORT	12/71 Moo 1 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	46

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
3. ARAHMAS SPA VILLA SAMUI	Chaweng Noi Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	60
4. ANANTARA RESORT & SPA	99/9 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	106
5. ARAYABURI BOUTIQUE RESORT	6/14 Moo 5 Samrong Bay, Koh Samui, Suratthani 84320	65
6. ART PALACE	83/31 Moo 2 Bophut, Koh Samui, Suratthani 84320	18
7. ARTRIUM SPA BOUTIQUE RESORT	14/27 Moo 6 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	5
8. ATLANTIS RESORT & SPA	63/150 Moo 3 Choengmon Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	30
9. B.1 VILLA AND SPA	6/10 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	8
10. BAAN BOPHUT HOTEL & RESORT	6/9 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	14
11. BAAN CHAWENG BEACH RESORT & SPA	90/1 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	80
12. BAAN HAAD NGAM BOUTIQUE RESORT & SPA	154 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	40
13. BAAN KAO HUA JOOK	83/46 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	25
14. BAAN LAEM SAI RESORT & SPA	39 Moo 3 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	78
15. BAAN SAMUI RESORT	14/7 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	79

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
16. BAAN TALAY RESORT	17/36 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	38
17. BAAN TALING NGAM RESORT & SPA	295 Moo 3 Talingngam Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	70
18. BAAN TONGSAI COTTAGE & HOTEL	84 Moo 5 Tong Sai Bay, Koh Samui, Suratthani 84320	85
19. BAN SABA! SUNSET BEACH & SPA	126/9 Moo 3 Talingngam Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	20
20. BANANA FAN SEA RESORT	201 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	73
21. BANBUREE RESORT & SPA	102/8 Moo 3 Natien Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	40
22. BANDARA RESORT & SPA	178/2 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	151
23. BEACHCOMBER HOTEL	3/5 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	58
24. BEVERLY HILLS BOUTIQUE RESORT	211 Moo 4 Thongtakien Bay, Koh Samui, Suratthani 84310	15
25. BOPHUT RESORT & SPA	12/12 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	61
26. BUDDY HOTEL	173/24 Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	140
27. BURIRASA VILLAGE	11/2 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	32
28. CABANA GRAND VIEW	90 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	73
29. CENTARA GRAND BEACH RESORT SAMUI	38/2 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	208

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
30. CENTARA VILLA SAMUI	111 Moo 2 Ntien Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	99
31. CHABA CABANA BEACH RESORT & SPA	160 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	80
32. CHABA SAMUI RESORT & HOTEL	19 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	93
33. CHAWENG BLUELAGOON	99 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	71
34. CHAWENG CABANA RESORT	17/2-3 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	59
35. CHAWENG REGENT BEACH RESORT	155/4 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	145
36. CHAWENGBURI RESORT	14/6 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	118
37. COCONUT LAND & HOUSE	8/3 Moo 5 Bangpo Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	47
38. CONSTANZA APARTMENT	166/82 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	20
39. CORAL BAY RESORT & SPA	9 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	42
40. CORTO MALTESE	119/3 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	15
41. DARA SAMUI RESORT & SPA	162/2 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	67
42. DE LAMAI RESORT	Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	78
43. EASYTIME RESORTS	132/1 Moo 4 T. Namuang Koh Samui, Suratthani 84140	17

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
44. FIRST BUNGALOW BEACH RESORT	4/6 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	147
45. FOUR SEASON RESORT KOH SAMUI	219 Moo 5 Bangmakam Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	63
46. GRAND VILLA LA PERLA	15/2 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	24
47. HOTEL THE WHITE HOUSE	59/3 Moo 5 Cheongmon Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	42
48. INGSILA RETREET	142/33-42 Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	9
49. IYARA BEACH HOTEL & PLAZA	90/13-16 Moo 2 Chaweng Beach,Koh Samui, Suratthani 84320	65
50. K.C. HOTEL	166/83 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	70
51. KALA RESORT	210/8 Moo 4 Thongtakien Beach,Koh Samui, Suratthani 84310	38
52. KAMALAYA	102/9 Moo 3 Natien Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	60
53. KANDABURI RESORT	20 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	183
54. KANOK BURI RESORT	84 Moo 2 Thongyang Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	25
55. KARMA SAMUI RESORT	80/32 Moo 5 Choengmon Beach,Koh Samui, Suratthani 84320	36
56. KOH SAMUI RESORT	78/2-19 Moo 5 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	20

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
57. LAMAI VILLA	176/34 Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	5
58. LAWANA RESORT	180/10 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	40
59. LE PARADIS BOUTIQUE RESORT & SPA	101/1 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	26
62. MUANG SAMUI SPA RESORT	13/1 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	53
63. NAPASAI SAMUI ISLAND	65/10 Moo 6 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	69
64. NEW STAR BEACH RESORT	83 Moo 3 Chaweng Noi Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	74
65. NORA BEACH RESORT & SPA	222 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	113
66. PAVILION SAMUI BOUTIQUE RESORT	124/24 Moo 3 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	70
67. PEACE RESORT	178 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	100
68. PHANGKA PARADISE RESORT	62/4 Moo 4 Pang-ga Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	15
69. POPIES SAMUI RESORT	28/1 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	24
70. PUNNPREEEDA HIP RESORT	32 Moo 4 Bangrak Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	25
71. PUNNPREEEDA POOL VILLA BEACHFRONT	199 Moo 1 Bangrak Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	13
72. RENAISSANCE KOH SAMUI RESORT	208/1 Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	78
73. ROCKY ' S BOUTIQUE RESORT	438/1 Moo 1 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	33

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
74. ROYAL LIVING RESIDENCE KOH SAMUI	7/9 Moo 6 Bangpo Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	8
75. RUMMANA BOUTIQUE RESORT	124/10 Moo 3 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	40
76. SABOEY RESORT & VILLA	51/4 Moo 4 Bangrak Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	25
77. SALASAMUI RESORT & SPA	10/9 Moo 5 Choengmon Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	69
78. SAMUI AMANDA RESORT	57/6-7 Moo 5 Bangmakam Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	73
79. SAMUI CLIFF VIEW RESORT	211/1 Moo 4 Thongtakien Bay, Koh Samui, Suratthani 84310	48
80. SAMUI HONEY COTTAGE	24/34 Moo 5 Choengmon Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	28
81. SAMUI JASMINE RESORT	131/8 Moo 3 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	35
82. SAMUI NATIEN RESORT	101/1 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	55
83. SAMUI PALM BEACH RESORT	175/3 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	168
84. SAMUI PARADISE BEACH RESORT	18/8 Moo 1 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	97
85. SAMUI SENSE BEACH RESORT	124/61 Moo 3 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	44
86. SAMUIBURI BEACH RESORT & SPA	26/24 Moo 4 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84330	85

ตาราง 42 (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	จำนวน (ห้อง)
87. SANDALWOOD	211/7 Moo 4 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	10
88. SANTIBURI DUSIT RESORT	12/12 Moo 1 Maenam Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	73
89. SILA EVASON HIDEAWAY & SPA	9/10 Moo 5 Tongsamrong Bay, Koh Samui, Suratthani 84320	66
92. THAI HOUSE BEACH RESORT	131 Moo 3 Lamai Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	60
93. THE BRIZA BEACH RESORT & SPA	173/22 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	57
94. THE FAIR HOUSE BEACH RESORT	124-124/1-2 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	130
95. THE IMPERIAL BOAT HOUSE	83 Moo 5 Choengmon Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	216
96. THE IMPERIAL SAMUI HOTEL	86 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	141
97. THE LIBRARY	14/1 Moo 2 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	26
98. The SAMUDRA RETREET SAMUI	24/73 Moo 5 Koh Samui, Suratthani 84320	78
99. THE SIAM RESIDENCE	19/3 Moo 3 Lipanoi Beach, Koh Samui, Suratthani 84140	20
100. TRADEWINDS COTTAGES	17/14 Moo 3 Chaweng Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	29
101. VILLA NALINNADDA	399/1-4 Moo 1 Beach, Koh Samui, Suratthani 84310	9
102. ZAZEN BOUTIQUE RESORT & SPA	177 Moo 1 Bophut Beach, Koh Samui, Suratthani 84320	25



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นิพนภรณ์ ชูขำ
วัน เดือน ปี เกิด	6 กุมภาพันธ์ 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน	12 หมู่ 4 ตำบลอโศก อำเภอลำลูกกา จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84210
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการโรงแรม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2550	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ.2549	ศศ.บ. (การโรงแรม) เกียรตินิยม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ

