



การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม  
ของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

A Comparative Study of Factors Influencing Hotel Selection  
Among Tourists in Muang District, Surat Thani Province

อัญชิสา จิตรเลขา

Anchisa Jitlekha

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญา  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Management

Walailak University

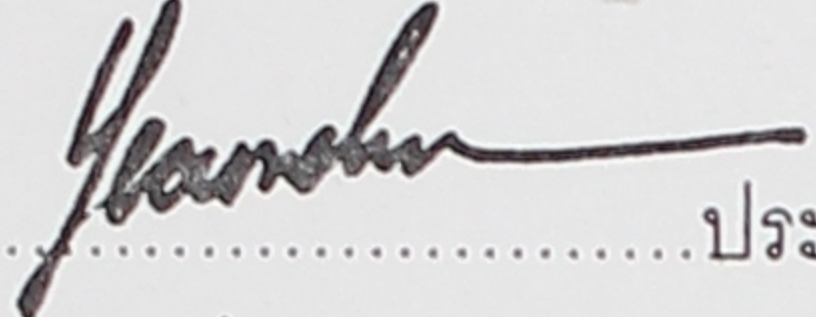


ชื่อการศึกษาอิสระ การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว  
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

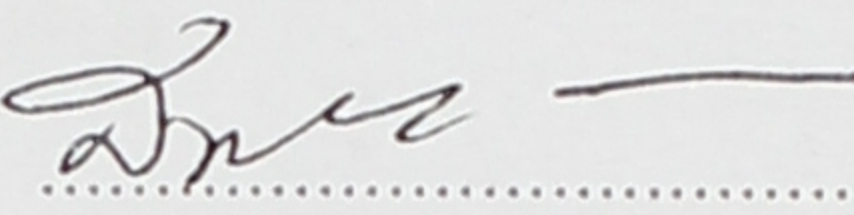
ผู้เขียน อัญชิสรา จิตร์เลขา


สาขาวิชา การจัดการ


คณะกรรมการที่ปรึกษา

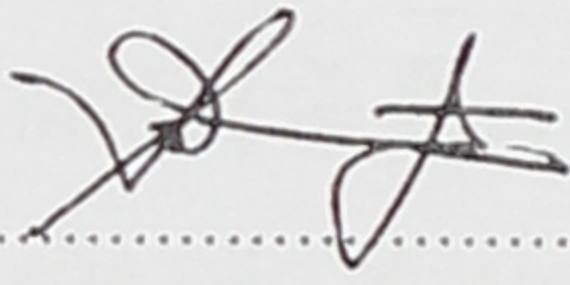
  
.....ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. เยี่ยมดาว ณรงค์ชวณะ)

คณะกรรมการสอบ

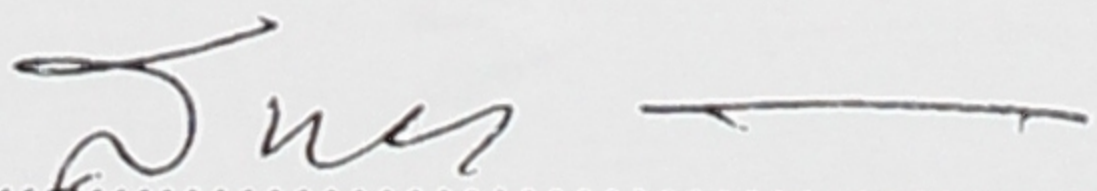
  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวรรณ แทนทอง)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.พนิดา แซ่มช้าง)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.สมจินตนา คุ่มภัย)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สำนักวิชาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อนุมัติให้นำการศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

  
.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา  
ประจำหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยได้รับการให้คำปรึกษาจาก  
ดร.เยี่ยมดาว ณรงค์ชวณะ ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณะกรรมการบัณฑิตศึกษาทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำ ปรับปรุง แก้ไข  
จุดบกพร่องต่างๆ ตลอดจนเจ้าหน้าที่สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ทุกท่านที่  
อำนวยความสะดวกในการศึกษาอิสระครั้งนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณพร้อมทั้งยกคุณค่าจากการศึกษาอิสระในครั้งนี้ ให้แก่ นายวิสิทธิ์-  
นางอิงอร จิตรเลขา บิดาและมารดาของผู้ศึกษา ตลอดจนบรรพคณาจารย์ที่ให้การอบรมสั่งสอน  
ทั้งด้านความรู้ คุณธรรม จริยธรรม ให้แก่ผู้ศึกษา ทำให้การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความ  
สมบูรณ์

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุราษฎร์ธานีที่  
อำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ นางสาวศุภรา จิตรเลขา นางสาวทิพวรรณ ณ พัทลุง และนาง  
กัญญณัฐภัทร รังสี ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาในการศึกษา  
อิสระครั้งนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ นายวีระชัย บุญนิสัย ผู้ซึ่งให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ  
จนส่งผลให้การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ตลอดจนกัลยาณมิตรทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม  
ถึงสำหรับกำลังใจ คำปรึกษา ความหวังใยและคำแนะนำต่างๆ

ท้ายที่สุดนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นคุณประโยชน์ต่อ  
ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้าในเรื่อง  
ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี พร้อมขอขอบคุณประโยชน์ทั้งหมดแต่ ดร.เยี่ยมดาว ณรงค์ชวณะ ประธาน  
คณะกรรมการที่ปรึกษา ทั้งนี้ หากเกิดข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้

อัญชิสา จิตรเลขา

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่</b>	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	8
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
2. การตรวจเอกสาร.....	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม.....	9
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค.....	27
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม.....	30
2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	87
2.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	87
3. วิธีการวิจัย.....	88
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	88
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	93
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	94
3.4 สถานที่ในการวิจัย.....	94
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	96
3.6 ระยะเวลาในการวิจัย.....	96

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	99
4.1 กลุ่มของนักท่องเที่ยว.....	99
4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	100
4.3 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว.....	111
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	126
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	127
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	162
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	163
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	165
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	165
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	173
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	186
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป.....	194
บรรณานุกรม.....	196
ภาคผนวก.....	201

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2551-1553.....	3
1.2 สถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2551-1553.....	4
2.1 สรุปปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
2.2 สรุปปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่ใช้ในการศึกษา.....	78
3.1 จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	91
3.2 ตารางแสดงระยะเวลาการศึกษาอิสระ เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	98
4.1 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว.....	99
4.2 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว.....	100
4.3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	100
4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	101
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ.....	103
4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	105
4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	106
4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อปี.....	108
4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน.....	110
4.10 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 62 ปัจจัย .....	112
4.11 สรุปปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis).....	119
4.12 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ปัจจัย.....	123
4.13 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยวจำนวน 9 ปัจจัย.....	124

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามเพศ.....	127
4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัยจำแนกตามอายุ.....	129
4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอายุ.....	131
4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามสถานภาพ.....	135
4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	136
4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	137
4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามอาชีพ.....	139
4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอาชีพ.....	140
4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	143
4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามรายได้ต่อปี.....	145
4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย..	149

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย..... 151
4.26	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ..... 157
4.27	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ..... 159
4.28	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 162
4.29	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย ของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers)..... 163



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	รายการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม.....	26
2.2	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	28
2.3	กระบวนการตัดสินใจซื้อบริการขึ้นก่อนการซื้อบริการ.....	31
2.4	กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	87

ชื่อการศึกษาอิสระ	การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้เขียน	อัญชิสสา จิตรโสภา
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2554

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากประชากรทั้งหมด จำนวน 384 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความแตกต่างกันในด้านบริการ ด้านบริการเสริม ด้านราคา ด้านระบบการจองห้องพัก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านห้องพัก ด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และด้านสถานที่ตั้ง ส่วนปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ มีความแตกต่างกันในด้านบริการ ด้านบริการเสริม ด้านราคา ด้านระบบการจองห้องพัก ด้านการคมนาคม ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านห้องพัก

Independent Study Title	A Comparative Study of Factors Influencing Hotel Selection Among Tourists in Muang District, Surat Thani Province
Author	Anchisa Jitlekha
Major Program	Management
Academic Year	2011

---

### **Abstract**

The purpose is to study factors in a hotel selection among tourists; the comparison of a significant level of factors in the hotel selection based on a personal factor; the comparison of a significant level of factors between Thai and foreign tourists as well as between leisure and business travellers in Muang District, Surat Thani Province. The research population consists of 364 tourists. The findings reveal that the factors of the hotel selection are different based on the personal requirement. The factors between Thai and foreign tourists are also different in terms of service, additional service, price, reservation system, communication, room types, the promotion of room reservation, and location. Meanwhile, the difference of factors between leisure and business travellers also includes service, additional service, price, reservation system, transport, communication, and room types.



# บทที่ 1

## บทนำ (INTRODUCTION)

### 1.1 ความสำคัญของปัญหา (Significance of the Problem)

การท่องเที่ยว (Tourism) มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในอันดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ โดยมีธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางระหว่างประเทศ ธุรกิจบริการที่พัก เช่น โรงแรม สถานพักตากอากาศ บริการห้องชุด เกสเฮาส์ เป็นต้น และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเดินทางในประเทศ รวมทั้ง ยังเป็นธุรกิจที่กระตุ้นอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชากรในระดับรากหญ้า

ในประเทศแถบเอเชีย ประเทศไทยมีโอกาสของการเติบโตในธุรกิจท่องเที่ยวที่ดี เพราะมีชื่อเสียงเรื่องภูมิประเทศที่สวยงามและมีความหลากหลาย ทั้งที่เป็นป่าไม้ ภูเขา และทะเลสวยงาม รวมถึงการมีศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การแต่งกาย และสินค้าของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และความมีอัธยาศัยเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นมิตรของคนไทย ประเทศไทยจึงยังคงได้รับการสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยมตลอดมา

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี 2553 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2553 อยู่ที่ 15.75 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี 2552) 1.59 ล้านคน คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 5.6 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 9.8 และจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศปี 2553 ประมาณการว่าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากจำนวน 86.4 ล้านคน/ครั้ง ในปี 2552 เป็นจำนวน 90.7 ล้านคน/ครั้ง ในปี 2553 สามารถสร้างรายได้ประมาณ 3.9 แสนล้านบาท ทั้งนี้ประเทศไทยในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย ยกเว้นเอเชียใต้ ยังคงครองสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในประเทศไทย โดยมาเลเซียเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และ

เกาหลีใต้ ประเทศในกลุ่มยุโรปเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนเป็นอันดับสองรองจากนักท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชีย โดยประเทศอังกฤษยังคงเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่ นักท่องเที่ยวในกลุ่มสแกนดิเนเวีย ซึ่งเคยเข้ามาพักเป็นระยะยาวในช่วง ไตรมาสที่ 4 จะเดินทางเข้าประเทศไทยล่าช้ากว่าปีที่ผ่านมา ทำให้ช่วงเวลาเข้าประเทศไทยลดลงจาก 5 เดือน เหลือเพียง 3 เดือน ประเทศที่น่าจับตามองเพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นมากได้แก่ รัสเซีย ประเทศในยุโรปกลาง จีน กัมพูชา เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย อินเดีย บังคลาเทศ เนปาล อาร์เจนติน่า บราซิล ประเทศอัฟริกาใต้ และประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตในแถบตะวันออกกลาง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มเที่ยวบินตรงเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและประเทศดังกล่าว ซึ่งกรุงเทพมหานครยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของการเดินทางไปยังภาคอื่นๆ ในประเทศ ถึงแม้ปัจจุบันมีเที่ยวบินที่บินตรงไปยังจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอื่นๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวอันดับรองลงมาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ภาคใต้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวหลัก ๆ ได้แก่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และหาดใหญ่ ส่วนภาคตะวันออก พัทยา ก็เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจเช่นกัน

นอกจากนี้สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ยังได้รายงานสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เชียงใหม่ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ภาคใต้ โดยเฉพาะหาดใหญ่ นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี และภาคตะวันออก ที่นิยมไปเที่ยว คือ พัทยา และบางแสน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 80 ปัจจุบันนิยมเดินทางแบบเดินทางเอง (Nonpackage) และเป็นการเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ กับเพื่อนหรือครอบครัว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาซ้ำ (Repeater) แหล่งข้อมูลหลักในการวางแผนการท่องเที่ยว การจองบัตรโดยสารและที่พักของนักท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก รองลงมาคือ คำแนะนำจากครอบครัว และเพื่อน นอกจากนี้ แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากขึ้นคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ ทางช่องทางเหล่านี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวมากขึ้น

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย มีพื้นที่มากที่สุดใภาคใต้และใหญ่เป็นอันดับ 6 ของประเทศ เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนบน รวมทั้งการค้าการลงทุน การคมนาคมระหว่างสองฝั่งทะเลใต้ มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย

วัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่น เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่โด่งดังไปทั่วโลก อาทิ เกาะสมุย, เกาะพะงัน, เกาะเต่า, อุทยานแห่งชาติเขาสก และเขื่อนรัชชประภา เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยนักท่องเที่ยวมีทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแบบวันเดียวและพักค้างคืน อีกทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานียังเฟื่องฟูไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนบริการที่พักทุกรูปแบบครบครัน มีการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เรือ และเป็นที่ตั้งของสนามบินถึง 2 แห่ง ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จนปัจจุบันได้กลายเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตอนใต้ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลไปเยี่ยมเยือนปีละหลายล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุราษฎร์ธานี, 2554)

โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2554) ได้รายงานข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี รวม 4 แหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัด ในปี พ.ศ. 2551-2553 ดังตารางที่ 1.1

**ตารางที่ 1.1** สถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2551-2553

สถานที่	ปี 2551		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม
เมืองสุราษฎร์ธานี	661,848	23,325	685,173
เกาะสมุย	72,826	666,578	739,404
เกาะพะงัน	35,972	371,712	407,684
เกาะเต่า	17,336	179,421	196,757
รวมสุราษฎร์ธานี	787,982	1,241,036	2,029,018
	ปี 2552		
เมืองสุราษฎร์ธานี	488,687	26,619	515,306
เกาะสมุย	72,822	650,788	723,610
เกาะพะงัน	25,115	242,081	267,196
เกาะเต่า	15,778	128,321	144,099
รวมสุราษฎร์ธานี	602,402	1,047,809	1,650,211
	ปี 2553		
เมืองสุราษฎร์ธานี	654,237	34,456	688,693
เกาะสมุย	141,040	652,140	793,180
เกาะพะงัน	26,855	212,837	239,692



ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

สถานที่	ปี 2553		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม
เมืองสุราษฎร์ธานี	654,237	34,456	688,693
เกาะสมุย	141,040	652,140	793,180
เกาะพะงัน	26,855	212,837	239,692
เกาะเต่า	7,425	115,437	122,862
รวมสุราษฎร์ธานี	829,557	1,014,870	1,844,427

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2554

จากการรายงานข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ.2551-2553 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สถิตินักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2551-2553

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว		
	ไทย	ต่างชาติ	รวม
2551	661,848	23,325	685,173
2552	488,687	26,619	515,306
2553	654,237	34,456	688,693

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2554

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีการกำหนด ยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประจำปี 2556 โดยมุ่งเป้าหมาย เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็น 3 ล้านคนต่อปี พร้อมกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวทางบกใน 5 เส้นทาง ให้เป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย โซนที่ 1 อำเภอท่าชนะ อำเภอท่าฉาง อำเภอไชยา และอำเภอ วิกาวดี โซนที่ 2 อำเภอคีรีรัฐนิคม อำเภอพนม อำเภอบ้านตาขุน โซนที่ 3 อำเภอบ้านนาสาร อำเภอ

เวียงสระ อำเภอพระแสง อำเภอเคียนซา อำเภอบ้านนาเดิม และอำเภอชัยบุรี โซนที่ 4 อำเภอดอนสัก อำเภอเกาะสมุย และอำเภอเกาะพะงัน และโซนที่ 5 อำเภอเมือง อำเภอพุนพิน และอำเภอกาญจนดิษฐ์ นอกจากการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว แผนดังกล่าวยังเน้นการพัฒนาเพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในฐานะ "สุราษฎร์ธานี เมืองแห่งคนดีที่น่าอยู่ ศูนย์กลางการเกษตรครบวงจร และผู้นำการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต" อีกด้วย (สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2554)

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน คือ คุณภาพการบริการของโรงแรมและสถานที่พักภายในตัวจังหวัด โดยจากข้อมูลการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตได้ด้วย โรงแรมจึงเป็นธุรกิจการให้บริการที่พักเพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการให้เป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพมาตรฐานบริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณกับดักราคาต่ำ รวมทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีการค้าด้านบริการ การรักษาสสิ่งแวดล้อม การพัฒนา ปรับปรุง และรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการที่ดี จึงต้องคำนึงถึงความมั่นคงปลอดภัย สุขอนามัยในที่พัก ความเป็นธรรมในการได้รับบริการ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ เอกสิทธิ์ความกลมกลืนสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

ความสำคัญของโรงแรม นอกจากจะเป็นสถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มพูนเงินตราให้แก่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก ความพร้อมด้านการบริการที่เป็นมาตรฐาน จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้หลงใหลเข้ามา โดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ธุรกิจบริการโรงแรมเป็นธุรกิจที่พักที่มีคนรู้จักและนิยมพักมากที่สุด เนื่องจากมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพ ดังนั้น คุณภาพการบริการของโรงแรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และมีผลต่อระยะเวลาในการเข้าพัก รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ดี จากปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในภาคใต้และภาคกลางอย่างต่อเนื่องในปี 2554 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโต ได้แก่ จีนและรัสเซีย ชะลอการเดินทางมาไทยถึงกว่าร้อยละ 50 และคาดว่าเดือนพฤศจิกายน 2554 น่าจะลดลงเฉลี่ยร้อยละ 30 จากปีที่แล้ว (ปี 2553) และในเดือนธันวาคม 2554 น่าจะเริ่มดีขึ้นโดยคาดการณ์ไว้ว่า เมื่อสถานการณ์น้ำท่วมยุติลงแล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวน่าจะลดลงจากปีที่แล้วประมาณร้อยละ 10 ดังนั้น ตลอดปี

2554 นักท่องเที่ยวจะอยู่ที่ 18.5 ล้านคน พลาดจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 1 ล้านคน ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 700,000 ล้านบาท และประเทศสูญเสียโอกาสทางธุรกิจไปไม่ต่ำกว่า 50,000 ล้านบาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คาดว่ามีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่มีเฉลี่ยวันละ ประมาณ 250,000 คน ลดลงร้อยละ 20 หรือวันละประมาณ 50,000 คน สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวไปประมาณ 10,000 ล้านบาท แต่จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ยืดเยื้อคาดว่าจะสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 20,000 ล้านบาท (สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

ดังนั้น แม้เกิดสถานการณ์ที่ส่งผลถึงการชะลอตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวตลอดจนส่งผลกระทบต่อถึงธุรกิจโรงแรมและสถานที่พัก แต่จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จึงมีความคาดหวังว่าธุรกิจโรงแรมและสถานที่พักในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานียังคงได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและสถานที่พักมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้บรรยากาศการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและสถานที่พักจึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเข้าใจถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจในการเลือกเข้าพักโรงแรม อันจะส่งผลให้ผู้ประกอบการได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษา เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ว่าเป็นอย่างไร ปัจจัยใดบ้างที่เป็นส่วนผลักดันให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญยิ่งต่อการศึกษา ปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการบริการของโรงแรมและสถานที่พัก อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารโรงแรมและสถานที่พักให้มีคุณภาพพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น



## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objectives of the study)

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2.4 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

1.3.1 ทราบถึงปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.2 ทราบถึงความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3.3 ทราบถึงความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.4 ทราบถึงความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3.5 เป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม นำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย และพัฒนารูปแบบการบริการของโรงแรมและสถานที่พัก อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา (Scope of the Study)

การศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

**1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา** ผู้ศึกษาทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว, ระดับความสำคัญและความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**1.4.2. ขอบเขตด้านพื้นที่** ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและเลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยทำการเก็บข้อมูลบริเวณล็อบบี้ของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 42 แห่ง

**1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา** ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2555 - 26 กุมภาพันธ์ 2555

## 1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย (Definition of Terms)

**ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม** หมายถึง คุณลักษณะของโรงแรม การให้บริการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว

**โรงแรม** หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่ตั้งขึ้นเพื่อบริการที่พักชั่วคราวสำหรับผู้เดินทาง ในเรื่องของที่พักออาศัย อาหาร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักออาศัยและการเดินทางโดยคิดค่าตอบแทน

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง ชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและพักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อการพักผ่อน รวมถึงผู้ที่มาพักค้างคืนเพื่อประชุม อมรม สัมมนา หรือติดต่อธุรกิจ

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร (REVIEW OF RELATED LITERATURE)

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีหลายส่วนมาประกอบและแนวทางในการศึกษา โดยสรุปเป็นประเด็นตามลำดับดังนี้

- 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม
- 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม

###### ความหมายของโรงแรม

“โรงแรม (Hotel) เป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศส ซึ่งหมายถึง อาคารชุดและคุณลักษณะของผู้มีอันจะกินที่มีไว้เพื่อให้ญาติมิตรมาพักค้างเป็นระยะเวลาสั้นๆ อาคารชุดเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในปลายศตวรรษที่ 18” กรองทอง อ่างวงษ์ (2548, 12) จากการทบทวนเอกสารยังพบว่า ได้มีผู้ให้ความหมายของโรงแรมไว้ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546, 980) ได้ให้ความหมายของคำว่าโรงแรม หมายถึง “ที่พักคนเดินทางซึ่งต้องเสียค่าพักแรมด้วย”

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 (สุรศักดิ์ วาจาสิทธิ์และคณะ, 2547, 1) “โรงแรมหมายความว่าสถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน”



เกียรติ สิมะกุล (2550, 9) ได้ให้ความหมายว่าโรงแรมว่าหมายถึง “กิจการที่ให้เช่าที่พัก โดยเฉพาะและเป็นการให้บริการที่มีลักษณะต้องดูแลหรือต้อนรับขับสู้บุคคลที่มาใช้บริการ”

กฎหมายเกี่ยวกับโรงแรมของประเทศอังกฤษ อ้างอิงในอนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2548,12) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าโรงแรม หรือ Hotel ว่าเป็นสถานที่ซึ่งให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มและที่พักหลับนอนแก่ผู้เดินทางที่ต้องการ มีเงินและเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดให้

จากการทบทวนเอกสารการให้ความหมายของโรงแรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โรงแรมหมายถึง สถานที่ประกอบกิจการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางที่ต้องการที่พักเพื่อใช้ในการพักผ่อน มีบริการอาหาร และเครื่องดื่มและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้บริการแก่ผู้เข้าพักเพื่อความสะดวกสบายของผู้เข้าพัก

มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2548, 56-64) ได้อธิบายถึงลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมโรงแรมไว้ดังนี้

1. การแข่งขัน อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง โดยการแข่งขันทันทีเน้นที่การสร้างแบรนด์ ที่ตั้งโรงแรม คุณภาพการให้บริการ และราคา โดยทั่วไปแล้วโรงแรมระดับ 3 ดาวลงมาจะมีการแข่งขันสูงกว่าโรงแรมระดับ 4 ดาว ถึง 5 ดาว และแข่งขันในทุกรูปแบบ ส่วนโรงแรมระดับ 4 ดาว ถึง 5 ดาว จะแข่งขันในด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าราคา
2. ความเป็นฤดูกาล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นฤดูกาล ในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศในเขตอบอุ่น ฤดูกาลที่มีการใช้โรงแรมน้อย คือ ตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม แต่ในทางกลับกันประเทศที่ตั้งในเขตร้อนและประเทศในซีกโลกใต้ ฤดูกาลท่องเที่ยวจะเป็นไตรมาสที่ 4 และไตรมาสที่ 1
3. ทรัพย์สินทางปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญาของอุตสาหกรรมโรงแรมจะเป็นชื่อการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการบริการ (Service marks) และโลโก้ต่าง ๆ ซึ่งล้วนเป็นทรัพย์สินที่มีค่าของกิจการโรงแรมที่เป็นเจ้าของสินทรัพย์ทางปัญญาเหล่านี้สามารถขายสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าของตนให้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้ แล้วได้ค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันในสัญญา
4. ความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ทางการเมืองและสังคม การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่รุนแรง เช่น การมีรัฐประหาร การก่อการร้าย เป็นต้น

## การจัดประเภทโรงแรม

William S. Grey, Salvatore C. Liguori (2003, 10) กล่าวถึงการจัดรูปแบบของที่พักไว้ว่า โดยพื้นฐานสามารถจัดแบ่งโรงแรมที่พักรวมได้เป็น 2 ประเภท คือ โรงแรมที่พักชั่วคราว (Transient Hotels) และโรงแรมอพาร์ทเมนท์ที่พักประจำ (Residential Apartment-Hotels) ที่พักชั่วคราว (Transient) เป็นคำคุณศัพท์ หมายถึง ชั่วระยะเวลาอันสั้น, อย่างรวดเร็ว, ไม่มีการดำรงอยู่นาน, เป็นการชั่วคราว, กำหนดระยะเวลาสั้นๆ หรือพักอยู่เพียงระยะเวลาหนึ่ง ด้วยเหตุนี้โรงแรมที่พักชั่วคราวจึงเป็นหนึ่งในสถานที่ที่จัดสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับผู้คนที่มีการเดินทางออกจากที่พักของตนเองไม่ว่าจะเป็นวัน สัปดาห์ หรือเดือน ในการติดต่อทางธุรกิจ หรือสำหรับการพักผ่อน ในการให้คำจำกัดความของคำว่า ที่พักประจำ (Residential) หมายถึง บ้านในลักษณะอพาร์ทเมนท์โดยมีบริการครบทุกรูปแบบเหมือนโรงแรม แต่มีความแตกต่างจากโรงแรมที่พักชั่วคราวในส่วนที่มีความเป็นทางการมากกว่าโรงแรมที่พักชั่วคราว นอกจากนี้ โรงแรมที่พักประจำมักจะใช้วิธีการทำสัญญาเช่าพักในระยะยาวด้วย

นางคีนุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 27) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดประเภทของโรงแรมไว้ว่า ปัจจุบันธุรกิจบริการที่พักได้ขยายตัวเพิ่มจำนวนขึ้นมาก มีการพัฒนาการให้บริการไปมากมายตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และตามความต้องการของผู้พักในแต่ละยุคสมัย ซึ่งยังคงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การจัดแยกประเภทโรงแรมที่หลากหลายให้ชัดเจนจึงเป็นเรื่องที่กำหนดแน่นอนได้ยาก ไม่ว่าจะแบ่งด้วยการใช้วิธีระบุลักษณะบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก (Service & facilities) ที่มีอยู่คล้ายคลึงกันในโรงแรมประเภทเดียวกัน และเปรียบเทียบสิ่งแตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่น หรือจะด้วยการใช้วิธีจำแนกตามสถานที่ตั้งก็ตาม

อย่างไรก็ดี ความพยายามในการจัดโรงแรมเข้าเป็นกลุ่มประเภทต่างๆ อาจทำได้โดยพิจารณาจากองค์ประกอบพื้นฐานที่ทำให้โรงแรมแตกต่างกัน องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่มีส่วนกำหนดลักษณะของโรงแรมแต่ละประเภท ได้แก่

1. บริการที่เสนอให้แก่ผู้พัก ซึ่งอาจมีอยู่เพียงจำกัดเท่าที่จำเป็นต่อการพักแรม หรือมีเสนอให้อย่างครบครันและหลากหลายให้เลือกได้ และเน้นความเป็นส่วนตัวโดยเฉพาะ
2. ห้องพักที่ได้รับการออกแบบให้มีขนาดและการจัดสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยต่างกัน
3. การตกแต่งทั่วไปภายในตัวอาคารโรงแรมโดยคำนึงถึงการออกแบบ รวมไปถึงชนิดและอุปกรณ์เครื่องตกแต่งที่เลือกใช้เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่ต้องการต่างกัน
4. อัตราค่าบริการที่กำหนดขึ้นเพื่อการขาย

## 5. ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงแรมซึ่งมีความต้องการ (Needs)

ต่างกันในแต่ละกลุ่ม

นอกจากนั้น ยังสามารถจัดประเภทโรงแรมโดยอาศัยข้อกำหนดพื้นฐานเป็นเกณฑ์ในการจำแนก เช่น ลักษณะทำเลที่ตั้ง จุดประสงค์ของผู้มาพักมาอยู่ ระยะเวลาที่พักอยู่ ตลอดจนปริมาณและความหลากหลายของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีเสนอให้ เป็นต้น

อย่างไรก็ดีจากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรมสามารถสรุปการจัดประเภทของโรงแรมในลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

### 1. ทำเลที่ตั้ง

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 29) ได้กล่าวถึงการระบุประเภทโรงแรมได้ตามทำเลที่ตั้ง เช่น โรงแรมในเมือง (city/downtown hotel) โรงแรมชานเมือง (suburban hotel) โรงแรมชายทะเล (seaside hotel) โรงแรม/ที่พักบนเขาหรือเชิงเขา (mountain resort) โรงแรมภูธรหรือในชนบท (in the country) โรงแรมริมทางหลวง (motor hotel) โรงแรมสถานีรถไฟ (railway hotel) โรงแรมท่าอากาศยาน (airport hotel) โรงแรมลอยน้ำ (floatel) ฯลฯ

วิธีบอกประเภทโรงแรมตามสถานที่ตั้งนี้ มีความสำคัญต่อการตลาด เพราะที่ตั้งของกิจการจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มลูกค้าที่โรงแรมคาดว่าจะมาใช้บริการ และที่ตั้งยังสามารถบอกถึงวิธีการติดต่อและเข้าถึงที่พักแห่งนั้นๆ

การจัดกลุ่มโรงแรมตามที่ตั้งโดยทั่วไปแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. โรงแรมในเมือง มักจะต้องมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการติดต่อธุรกิจและการจัดประชุม ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ นักธุรกิจเป็นหลัก และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาจมาตามฤดูกาลในช่วงวันหยุด หรือในโอกาสเทศกาลงานสำคัญต่างๆ

2. โรงแรมตากอากาศ ตั้งอยู่ใกล้หรือในแหล่งที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หรือมีพื้นที่ในบริเวณจัดกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายและดึงดูดใจให้มีผู้มาพัก

3. โรงแรมท่าอากาศยาน หรือโรงแรมสนามบิน

4. โรงแรมนอกเมือง หรือโรงแรมชานเมืองมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วโลก ได้แก่ โรงแรมที่ไม่จัดอยู่ในทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมาแล้ว มีลักษณะเป็นที่พักค้างแรมระหว่างการเดินทางของผู้พัก และมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงจำกัด เช่น โรงแรมริมทางหลวง และกลุ่มโรงแรมที่มีตลาดหลักเป็นหมู่คณะนักท่องเที่ยว

## 2. ขนาด

อนุพันธ์ กิจพันธุ์พานิช (2548, 14) ได้กล่าวถึงการแบ่งกลุ่มโรงแรมตามขนาดไว้ ดังนี้ คือ ขนาดหรือจำนวนห้องพักที่โรงแรมมีอยู่เป็นวิธีจัดกลุ่มหรือแยกประเภทโรงแรมได้ง่ายๆ วิธีหนึ่ง โดยทั่วไปนิยมจัดกลุ่มโรงแรมออกเป็น 4 กลุ่มตามจำนวนห้องพักที่มีมากน้อยกว่ากัน ดังนี้

1. ต่ำกว่า 150 ห้อง
2. 150-299 ห้อง
3. 300-600 ห้อง
4. มากกว่า 600 ห้อง

ซึ่งการแบ่งกลุ่มโรงแรมตามจำนวนห้องพักนี้ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ ระหว่างโรงแรมที่มีขนาดใกล้เคียงกันได้ง่ายขึ้น

นงคินุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 29) ยังได้ให้ความเห็นในการจัดประเภทโรงแรมตามขนาดว่าสามารถพิจารณาจากจำนวนห้องพักที่เปิดให้บริการในแต่ละแห่งแล้วจึงมาจัดแบ่งเป็นกลุ่ม หากในทางปฏิบัติยังไม่มีข้อตกลงที่เป็นแนวสากลเพื่อระบุขนาดที่แน่นอน เช่น ควรมีจำนวนห้องพักมากเท่าใดจึงจัดเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ เนื่องจากในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละประเทศย่อมมีสถานการณ์อุตสาหกรรมโรงแรมที่แตกต่างกัน ตัวอย่างหนึ่งของการจำแนกกลุ่มโรงแรมตามขนาดอาจจัดเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ต่ำกว่า 150 ห้อง 2) 150-299 ห้อง 3) 300-600 ห้อง 4) มากกว่า 600 ห้อง

ในบางท้องถิ่นที่โรงแรมส่วนใหญ่มีห้องพักไม่เกิน 400 ห้อง อาจแบ่งเป็น 3 กลุ่มกว้างๆ คือ 1) ขนาดเล็ก (ต่ำกว่า 100 ห้อง) 2) ขนาดกลาง (100-300 ห้อง) และ 3) ขนาดใหญ่ (300 ห้องขึ้นไป)

ในอเมริกาซึ่งมีโรงแรมขนาดใหญ่จำนวนมากได้แบ่งโรงแรมออกเป็น 4 ขนาด คือ 1) ขนาดเล็ก จำนวน 1-150 ห้อง 2) ขนาดกลาง 151-400 ห้อง 3) ขนาดใหญ่ 401-1,500 ห้อง 4) ขนาดใหญ่พิเศษ จำนวน 1,501 ห้องขึ้นไป



### 3. กลุ่มเป้าหมายในเชิงการตลาด

อนุพันธ์ กิจพันธุ์พานิช (2548, 15) ได้มีการกล่าวถึงการแบ่งประเภทของ โรงแรมตามกลุ่มเป้าหมายในเชิงการตลาด ซึ่งเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าจะขายให้แก่ กลุ่มใด มาจากไหน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะไม่กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว และสามารถ แบ่งประเภทของโรงแรมตามกลุ่มเป้าหมายในเชิงการตลาดได้อย่างกว้างๆ ดังนี้

1. โรงแรมประเภทธุรกิจ (Commercial hotels) โดยทั่วไปจะตั้งอยู่ใน เมือง หรือเขตที่มีร้านค้า บริษัท ตั้งอยู่หนาแน่น มุ่งขายแก่นักธุรกิจเป็นหลัก
2. โรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport hotels) ตั้งอยู่ใกล้ท่าอากาศยาน โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ ผู้โดยสารเครื่องบินที่ต้อง แวะ ค้างคืน พนักงานของบริษัทสายการบิน
3. โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite hotels) เป็นโรงแรมที่มีห้องพักเป็น ห้องชุดล้วนๆ คือ มีห้องรับแขกแยกจากห้องนอน ห้องครัวเล็ก ๆ มีตู้เย็นเครื่องดื่มบริการ มีเนื้อที่ ใช้สอยสำหรับห้องพักมากขึ้น
4. โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential hotels) ได้แก่ โรงแรมที่ให้พักระยะยาวแต่บริการต่าง ๆ ค่อนข้างจำกัดกว่าโรงแรมทั่วไป
5. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort hotels) เป็นโรงแรมที่อยู่ใกล้สถานที่ พักท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนในวันหยุด
6. โรงแรมประเภทให้ที่พักกับอาหารเช้า (Bed and breakfast hotels) เรียกชื่อว่า B&B ได้แก่ บ้าน หรือ อาคารขนาดเล็กมีไม่กี่ห้องแล้วดัดแปลงเป็นที่พักค้างคืนสำหรับ คนเดินทาง มีบริการอาหารเช้าแก่แขก ราคาประหยัด
7. โรงแรมประเภทแบ่งเวลาและประเภทคอนโดมิเนียม (Time-share and condominium hotels) มีลักษณะเป็นการซื้อการเป็นเจ้าของห้องพักระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งคน เป็นเจ้าของมีสิทธิ์ครอบครองห้องพักของตน แล้วเอาห้องพักไปให้เช่า โดยผ่านบริษัทโรงแรม ซึ่ง การบริการก็เหมือนโรงแรมทั่วไป โดยแขกที่มาพักจะไม่ทราบว่าห้องที่ตนพักเป็นโรงแรม Time-share
8. โรงแรมคาสิโน (Casino hotels) เป็นโรงแรมที่มีบริการด้านการ พนัน ห้องพักและบริการจะหรูหรา มีบริการด้านการบันเทิงต่าง ๆ สำหรับแขกที่มาพักเพื่อเล่น การพนัน
9. ศูนย์ประชุม (Conference centres) เป็นธุรกิจศูนย์ประชุมกลุ่มใหญ่ ๆ

ที่มักจะมีบริการด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้วย

10. โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention hotels) เป็นโรงแรมที่จัดไว้เพื่อการประชุมโดยเฉพาะ จะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักมาก สามารถรับผู้เข้าร่วมประชุมได้จำนวนมาก โดยปกติจะมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกสำหรับการประชุมอย่างครบถ้วนและทันสมัย

11. ที่พักประเภทอื่น ๆ เช่น สวนสาธารณะสำหรับจอดรถพักค้างคืน (Vehicle parks) แคมป์ (Camp grounds) สวนสาธารณะสำหรับจอดรถที่ดัดแปลงเป็นบ้าน (Mobile home parks) เป็นต้น

#### 4. อัตราราคาห้องพัก

William S. Grey, Salvatore C. Liguori (2003, 11) กล่าวถึงการจัดประเภทโรงแรมโดยการกำหนดราคาไว้ว่า องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการกำหนดราคาประกอบด้วยกัน 3 ประเภท ตามลักษณะของโรงแรม ดังนี้ คือ แบบหรูหร่า/ ตลาดสูง แบบพาณิชย์/ ตลาดกลาง และแบบประหยัด การจัดประเภทของโรงแรมในรูปแบบนี้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ เป็นการถ่ายทอดข้อมูลอันจำกัดเฉพาะของโรงแรม

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 33) ได้กล่าวการแบ่งกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณาจากอัตราการคิดค่าห้องพักที่โรงแรมกำหนดนี้แม้จะไม่สามารถแสดงถึงลักษณะกิจการได้อย่างถูกต้องเสมอไป แต่ในความจริงอัตราราคาย่อมมีความสัมพันธ์กับปริมาณและคุณภาพของการบริการที่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูง จึงกล่าวได้ว่า การแสดงอัตราราคาตามที่โรงแรมประกาศใช้สามารถบ่งบอกได้ในระดับหนึ่งถึงคุณภาพบริการในโรงแรม และกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะจ่ายค่าบริการได้ รวมทั้งยังสามารถสร้างความคาดหวังแก่ผู้ใช้บริการได้อีกด้วย ดังนั้น การให้ข้อมูลประเภทโรงแรมโดยแบ่งตามอัตราราคาเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจึงควรจำกัดอยู่ในท้องถิ่นที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการจัดพิมพ์แผ่นพับแสดงรายชื่อโรงแรมและที่พักในกรุงเทพฯ (ฉบับเดือนสิงหาคม 2538) เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ตามอัตราราคาห้องเดี่ยวต่อคืนคือ

1. กลุ่มราคาตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป
2. กลุ่มราคาตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป
3. กลุ่มราคาตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป
4. กลุ่มราคาตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป

5. กลุ่มราคาตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป
6. กลุ่มที่พักราคาประหยัด (guesthouses)

### การจัดมาตรฐานโรงแรม

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2548, 20) ได้อธิบายถึงระดับมาตรฐานของโรงแรม และการให้ “ดาว” ไว้ว่า เรื่องมาตรฐานของบริการนี้ไม่เกี่ยวกับขนาดของโรงแรมหรือว่าเป็นโรงแรมประเภทไหน และในโรงแรมเดียวกันก็อาจมีระดับบริการหลายระดับก็ได้ ระดับมาตรฐานของบริการนั้นโดยทั่วไปจะพอรู้ได้จากอัตราค่าห้องพักนั่นเอง

นงคินุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 210) ได้อธิบายมาตรฐานของโรงแรมในประเทศไทยว่ามีหน่วยงานหลายแห่งที่ทำการจัดกลุ่มโรงแรมและร้านอาหาร แล้วกำหนด “ดาว” หรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอย่างอื่นให้ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามแบบที่ตนต้องการ เช่น สมาคมยานยนต์ หรือ Automobile Association (AA) และราชยานยนต์สโมสร หรือ Royal Automobile Club (RAC) เป็นต้น การจัดกลุ่มโรงแรมอย่างในกรณีของ AA นั้น นอกจากจะบอกให้รู้ว่าเป็นโรงแรมกลุ่มไหนแล้วยังถือได้ว่าเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของโรงแรมแต่ละกลุ่มด้วย ซึ่งการจัดกลุ่มโดยวิธีให้ดาวในประเทศไทยนั้น แต่ละกลุ่มมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

- |                 |  |
|-----------------|--|
| กลุ่มดาวเดียว ★ | หมายถึงโรงแรมซึ่งมีขนาดเล็กๆ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และเฟอร์นิเจอร์แบบง่ายๆ และพอใช้ได้ ห้องพักทุกห้องมีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมพอเพียง (เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้ร่วมกัน) มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้พัก แต่อาจไม่บริการแก่บุคคลภายนอก โรงแรมกลุ่มนี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเอง และส่วนมากเจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารงานเอง |
| กลุ่มสองดาว ★★  | ได้แก่โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่ากลุ่มดาวเดียว มีห้องพักที่มีห้องอาบน้ำในตัวอยู่บ้าง ในห้องพักอาจมีโทรศัพท์ และโทรทัศน์ให้ด้วย มีอาหารให้เลือกมากอย่างกว่า แต่ก็อาจไม่ให้บริการแก่บุคคลภายนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเดียว  |

- กลุ่มสามดาว ★ ★ ★ ได้แก่โรงแรมที่ตกแต่งดี ห้องพักกว้างขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำในตัวโดยมีอ่างอาบน้ำด้วย มีบริการด้านอาหารครบเครื่องขึ้น แต่อาจไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอกสำหรับมือเที่ยงและในวันสุดสัปดาห์
- กลุ่มสี่ดาว ★ ★ ★ ★ โดยทั่วไปจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะดวกสบาย อาจมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง
- กลุ่มห้าดาว ★ ★ ★ ★ ★ โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรู ซึ่งมีมาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้านคือทั้งห้องพัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2548, 21) อธิบายว่าในสหรัฐอเมริกาเมืองค์กรหลายแห่งที่จัดการประเมินและให้คะแนนบริการของโรงแรมและกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคนเดินทางที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีที่สุด ได้แก่ สมาคมยานยนต์สหรัฐฯ (The American Automobile Association หรือ AAA) และหนังสือคู่มือการเดินทางของโมบิล (The Mobil Travel Guide) โรงแรมที่ AAA ให้คะแนนไว้สูงสุดจะได้ระดับเพชร 4 หรือ 5 เม็ด (diamonds) ส่วน Mobil Travel Guide จะให้ 4 หรือ 5 ดวงแก่โรงแรมที่ได้คะแนนสูงสุด การที่โรงแรมใดจะได้รับเพชร 5 เม็ด หรือดาว 5 ดวงนั้นเป็นเรื่องที่ยากมาก เพราะมาตรฐานที่ทั้ง 2 องค์กรตั้งไว้ค่อนข้างสูง ซึ่งรวมถึงว่าต้องรักษาระดับบริการให้คงที่ปีแล้วปีเล่าด้วย จะดูได้ง่ายๆ จากตัวเลขจำนวนโรงแรมประเภท 4 เพชร หรือ 4 ดาว ซึ่งมีเป็นร้อยๆ แห่งในประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่มีประเภท 5 เพชร หรือ 5 ดาวอยู่ไม่ถึง 50 แห่ง

สำหรับการจัดมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2550, 3-8) ได้กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมไว้ว่า การจัดระดับที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม สำหรับประเทศไทย มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

1. ต้องเป็นไปตามข้อกำหนด กฎกระทรวง หรือกฎหมายที่ควบคุมในแต่ละประเภทของธุรกิจ

2. ต้องมีคุณภาพในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการซึ่งจะให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย และอาจจะสูงกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้
3. ต้องมีคุณภาพถูกอนามัยและสุขลักษณะ ตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข
4. คำนึงถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้งด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ชยะและของเสียต่างๆ รวมถึงการจัดการการใช้พลังงาน
5. คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานตามกฎหมายแรงงานและสิทธิมนุษยชน รวมถึงมีสวัสดิการให้เหมาะสม
6. คำนึงถึงการลดผลกระทบและไม่สร้างความรบกวนต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

โดยองค์ประกอบของหลักเกณฑ์มาตรฐานที่พักรเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม มีดังต่อไปนี้ คือ

### หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไป และที่จอดรถ

- สถานที่ตั้งและการเดินทาง สถานที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเภทของที่พักร การเดินทางปลอดภัย และสะดวก
- ป้ายบอกชื่อและสัญลักษณ์ของโรงแรม แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน
- สภาพแวดล้อมและสิ่งก่อสร้างทั่วไป มีการตกแต่งอย่างดี สะอาดสวยงาม มีไฟส่องสว่างเพียงพอ ไม่มีฝุ่นคราบ หรือสภาพชำรุด
- ที่จอดรถและบริการรับ-ส่ง มีที่จอดรถรับ-ส่งผู้เข้าพัก มีทางสัญจรของรถและคนเดินเท้า สะดวก ปลอดภัย มีการระบายอากาศที่ดี ที่จอดรถมีแสงสว่างและไฟส่องสว่าง ที่จอดรถมีจำนวนที่เหมาะสมกับจำนวนห้องพัก

### หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร

- โถงต้อนรับ ประกอบด้วยพื้น ผนัง เพดาน ต้องสะอาด มีการตกแต่ง มีการระบายอากาศที่ดี มีพื้นที่นั่งพักคอยหรือบริการอเนกประสงค์ มี Safety Box มีโทรศัพท์ มีหนังสือ นิตยสาร แผ่นพับ และบริการให้ข้อมูล
- ห้องน้ำสาธารณะ อยู่ในบริเวณและระยะที่สามารถใช้ได้สะดวก ปลอดภัย สะอาด และไม่รบกวนพื้นที่ใช้สอยอื่น แยกห้องน้ำชาย-หญิง มีการระบายอากาศที่ดี มีการตกแต่งเหมาะสมกับประเภทและระดับของที่พักร มีขนาดพื้นที่เหมาะสม ผนัง เพดาน ประตู และอุปกรณ์อยู่ในสภาพดี

และสะอาดมีโถส้วมแบบนั่งราบ มีอ่างล้างมือ ถังขยะ และกระดาษชำระ และมีห้องน้ำสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา

- ลิฟท์ อยู่ในบริเวณและระยะที่สามารถใช้ได้สะดวก มีแสงสว่าง สะอาด ปลอดภัย และเพียงพอ โถงลิฟท์มีสัญลักษณ์ระบุชั้น มีคำแนะนำในการใช้ มีระบบควบคุมการทำงานในกรณีฉุกเฉิน

- ทางสัญจรภายในอาคาร มีการแยกทางสัญจร และทางชนสัมผัสภาวะ

### หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard (รวมทางเดิน ระเบียง และห้องน้ำ)

- ทางเดิน หรือระเบียงนอกห้องพัก (ทุกชั้น) มีขนาดเหมาะสม มีพื้น ผนัง เพดาน สะอาด และตกแต่งเหมาะสมกับประเภทและระดับของที่พัก รวาระเบียง สะอาด ปลอดภัย ระบายอากาศดี สว่าง มีไฟฉุกเฉิน มีป้ายทางหนีไฟหรือทางออกฉุกเฉินเรืองแสง มีอุปกรณ์ดับเพลิงเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ

- ขนาดของห้องพัก กำหนดตามระดับของที่พัก

- ความสูงของห้องพัก กำหนดตามระดับของที่พัก

- องค์ประกอบภายในห้องพัก ประกอบด้วย ประตู ไซคัลองประตู ตาแมว มีแผนผังแสดงทางหนีไฟที่ประตู มีอุปกรณ์ควบคุมการใช้ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ มีปลั๊กสำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้า พื้น ผนัง เพดาน ช่องแสง หน้าต่าง ม่าน อยู่ในสภาพดีและสะอาด และมีการตกแต่งเหมาะสมกับประเภทและระดับของที่พัก มีการระบายอากาศที่ดี มีอุปกรณ์ดับเพลิง

- เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น เตียง ที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้งและเก้าอี้ กระจกเงา ที่วางสัมภาระ อยู่ในสภาพดี และเหมาะสมกับระดับของที่พัก

- เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องต้มน้ำร้อน อยู่ในสภาพดี และเหมาะสมกับระดับของที่พัก

- ของใช้ในห้องพัก เช่น ระเบียบการใช้ห้องพัก เมนู หมอน ผ้าปูที่นอน เสื้อคลุมอาบน้ำ ไม้แขวนเสื้อ เครื่องดื่ม แก้วน้ำ น้ำดื่ม แป้งเครื่องเขียน และถังขยะ

- ห้องน้ำในห้องพัก ประกอบด้วย พื้น ผนัง เพดาน โถสุขภัณฑ์แบบนั่งราบ อ่างล้างมือ ฝักบัว ระบบควบคุมอุณหภูมิ น้ำ กระจกเงา ผ้าเช็ดตัว ราวพาดผ้าเช็ดตัว กระดาษชำระ สบู่ แชมพู ถังขยะ มีความสะอาด มีการระบายอากาศดี

### หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite และ Executive Floor (สำหรับระดับ 3 - 5 ดาว)

- ห้องพักแบบ Suite มีองค์ประกอบด้านความปลอดภัย สุขอนามัย การตกแต่ง



เพอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ และห้องน้ำ โดยที่ขนาดหรือชนิดวัสดุหรืออุปกรณ์มีคุณภาพไม่น้อยกว่าห้องพักแบบ Standard และมีโทรทัศน์ี่ ขนาดไม่น้อยกว่า 25 นิ้ว มี Mini Compo, DVD, VDO หรือ VCD ที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี และเหมาะสมกับระดับของที่พัก

- ห้องพักแบบ Executive Floor มีองค์ประกอบด้านความปลอดภัย สุขอนามัย การตกแต่งเพอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ และห้องน้ำ โดยที่ขนาดหรือชนิดวัสดุหรืออุปกรณ์มีคุณภาพไม่น้อยกว่าห้องพักแบบ Standard มีห้องประชุมและใช้เพอร์นิเจอร์อย่างดี พร้อมระบบปรับอากาศ มีพื้นที่พักคอยติดต่อกิจ มีเคาน์เตอร์บาร์

### หมวดที่ 5 ห้องอาหาร คอฟฟี่ช็อป บาร์ และห้องครัว

- ห้องอาหาร ประกอบด้วย พื้น ผนัง เพดาน เพอร์นิเจอร์ อยู่ในสภาพดี สะอาด มีระบบระบายอากาศที่ดี แยกบริเวณสูบบุหรี่อย่างชัดเจน ที่รองจาน ผ้าเช็ดปาก ภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพดี สะอาด รายการอาหารและเครื่องดื่มมีการแสดงราคาอย่างชัดเจน อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพ ถูกสุขอนามัย รสชาติอร่อยและจัดวางเหมาะสม

- คอฟฟี่ช็อป ประกอบด้วยเพอร์นิเจอร์ มีการตกแต่งและระบายอากาศดี มีภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพดี สะอาด รายการอาหารและเครื่องดื่มมีการแสดงราคาอย่างชัดเจน อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพ ถูกสุขอนามัย รสชาติอร่อย

- บาร์ มีเพอร์นิเจอร์ มีการตกแต่งและระบายอากาศดี ภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพดี สะอาด รายการอาหารและเครื่องดื่มมีการแสดงราคาอย่างชัดเจน อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพถูกสุขอนามัย รสชาติอร่อยและจัดวางเหมาะสม

- ห้องครัว มีความสะอาด สว่าง การระบายอากาศดี ประกอบด้วย พื้น ผนัง พื้นเตรียมอาหาร มีภาชนะและอุปกรณ์ที่เหมาะสม สะอาดและมีคุณภาพ มีแผนผังทางหนีไฟ ป้ายบอกทางหนีไฟและทางออกฉุกเฉินเรืองแสงที่อยู่ในสภาพดี แสดงไว้ชัดเจน มีอุปกรณ์ดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพ และเพียงพอ

- ห้องน้ำสำหรับห้องอาหาร (กรณีไม่ใช้ร่วมกับโถงต้อนรับ) มีองค์ประกอบด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ ไม่น้อยกว่าห้องน้ำบริเวณโถงต้อนรับ อยู่ในสภาพดี มีขนาดเหมาะสม มีความสะอาด สะอาด สว่าง ปลอดภัย และการระบายอากาศดี

### หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสันทนาการ Fitness Center, Sauna, Steam Bath, Spa, Massage Room, Jacuzzi และสระว่ายน้ำ (สำหรับ ระดับ 4 – 5 ดาว)

- Fitness Center มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 30 – 50 ตารางเมตร พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี การระบายอากาศดี ประกอบด้วย เครื่องออกกำลังกาย ล็อคเกอร์ และพื้นที่เปลี่ยนชุด พร้อมอุปกรณ์ เช่น กระดาษ มีระเบียบการใช้และคำแนะนำการใช้อุปกรณ์

- Sauna เป็นแบบแยกชาย-หญิง มีระเบียบการใช้ห้องและคำแนะนำแสดงไว้ชัดเจน พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี การระบายอากาศดี มีระบบและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ มีไฟแสงสว่าง สะอาดและปลอดภัย

- Steam Bath เป็นแบบแยกชาย-หญิง มีระเบียบการใช้ห้องและคำแนะนำแสดงไว้ชัดเจน มีระบบ พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี การระบายอากาศดี มีระบบและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ สะอาดและปลอดภัย

- Massage Room หรือ Spa มีห้องบริการนวดแผนไทยแยกชาย-หญิง พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี มีระบบระบายอากาศที่ดีรวมถึงมีการให้กลิ่นหอมสดชื่น ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้มีคุณภาพ สะอาดและปลอดภัย

- Jacuzzi พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี มีระบบและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ ได้รับการดูแลรักษาอย่างดี สม่ำเสมอ

- สระว่ายน้ำ มีความเป็นส่วนตัว มีการแยกบริเวณสระว่ายน้ำเด็ก มีเก้าอี้ เติียงพักผ่อน มีผ้าเช็ดตัว มีพื้นที่อาบน้ำ มีแสงสว่าง น้ำในสระใสสะอาด มีอุปกรณ์ช่วยชีวิต และอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้รับการดูแลสม่ำเสมอ มีระเบียบการใช้แสดงไว้อย่างชัดเจน มีพนักงานดูแลความปลอดภัยที่มีความชำนาญ

- ห้องน้ำสำหรับส่วนสันทนาการ มีองค์ประกอบด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สุขภัณฑ์ และอุปกรณ์ ไม่น้อยกว่าห้องน้ำบริเวณโถงต้อนรับ อยู่ในสภาพดี สะอาด ปลอดภัย การระบายอากาศดีและมีฝักบัวอาบน้ำ มีระบบควบคุมอุณหภูมิของน้ำ มีผ้าเช็ดตัว มีราวพาดผ้าเช็ดตัว และกระจกเงา

#### **หมวดที่ 7 ส่วนบริการด้านธุรกิจ ห้องประชุม และ Business Center (สำหรับระดับ**

#### **4 – 5 ดาว)**

- ห้องประชุม มีพื้น ผนัง เพดาน และมีพื้นที่โถงภายนอกสำหรับต้อนรับ ลงทะเบียน อยู่ในสภาพดี สะอาด มีการตกแต่งอย่างดี มีแสงสว่างเพียงพอ เหมาะสมกับประเภท และระดับ ของที่พักมีการระบายอากาศที่ดี มีไวท์บอร์ด หรือ Flip Board พร้อมปากกา และแปรงลบที่มีคุณภาพ มีเครื่องฉายสไลด์ โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ มีบริการถ่ายเอกสาร มีโทรศัพท์ และ โทรสารที่สามารถโทรทั้งภายใน และต่างประเทศ มีคอมพิวเตอร์ พร้อมเครื่องพิมพ์ มีเจ้าหน้าที่ อำนวยความสะดวก

- Business Center อยู่ในบริเวณและระยะที่สามารถบริการพื้นที่ห้องประชุมได้อย่าง สะดวก รวดเร็ว มีพื้นที่ 24-32 ตารางเมตร พื้น ผนัง และเพดานอยู่ในสภาพดี สะอาด มีการตกแต่ง

อย่างดี เหมาะสมกับประเภท และระดับของที่พักรวมถึงการออกแบบแสงและระบบเสียง มีการระบายอากาศที่ดี มีแสงสว่างและไฟส่องสว่างเพียงพอ มีระเบียบการใช้ห้องและคำแนะนำการใช้ อุปกรณ์ต่างๆ แสดงไว้อย่างชัดเจน มีไวท์บอร์ด หรือ Flip Board พร้อมปากกาและแปรงลบ มีเครื่องฉายสไลด์โปรเจคเตอร์ พร้อมจอรับภาพ มีบริการถ่ายเอกสาร มีโทรศัพท์ โทรสาร ที่สามารถโทรทั้งภายในที่พักภายในประเทศและต่างประเทศ มีคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตให้บริการ อย่างมีประสิทธิภาพ มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกและมีข้อมูลสนับสนุนด้านธุรกิจ

- ห้องน้ำสำหรับห้องประชุม แยกห้องชาย-หญิง อยู่ในสภาพดี สะอาด ระบายน้ำได้ดี มีองค์ประกอบด้านความปลอดภัย สุขอนามัยสุขภัณฑ์และอุปกรณ์ไม่น้อยกว่าห้องน้ำบริเวณโถงต้อนรับ

### หมวดที่ 8 บุคลากร และการบริการ

- พนักงานทุกส่วนและทุกระดับ ติดป้ายชื่อ แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สะอาด มีบุคลิกดี มารยาท อ่อนโยนดี แสดงออกถึงความเป็นมิตร สามารถสื่อสารภาษาไทยได้เป็นอย่างดี และสื่อสารภาษาต่างชาติได้เหมาะสมกับหน้าที่ ให้ข้อมูลและความช่วยเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- กลุ่ม Doorman, Porter ให้การต้อนรับ กล่าวทักทาย และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม
- กลุ่ม Check in, Rooming the Guest, Check out ให้การต้อนรับ กล่าวทักทาย และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม
- กลุ่ม Guest Service ให้การต้อนรับ กล่าวทักทาย และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม
- กลุ่ม House Keeping จัดเตรียม ตรวจสอบเช็ค ทำความสะอาด และจัดวางอุปกรณ์และเครื่องใช้ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

- กลุ่มอาหารเข้าและบุฟเฟต์ และกลุ่มห้องอาหาร มีพนักงานให้การต้อนรับ กล่าวทักทาย สอบถามจำนวน ให้การบริการอาหาร จัดวาง เปลี่ยนภาชนะ จัดเก็บภาชนะและอุปกรณ์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเหมาะสม

### หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป

- ระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัย มีระบบการเดินสายไฟและติดตั้งอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ มีการระบายอากาศ และแสงสว่างอย่างเพียงพอ มีการป้องกันเชื้อเพลิง มีแผนผังทางหนีไฟ หรือป้ายทางหนีไฟ และทางออกฉุกเฉินเรื่องแสง มีไฟส่องสว่างฉุกเฉิน มีเส้นทางหนีไฟและบันไดหนีไฟ มีลิฟต์ดับเพลิง อยู่ในตำแหน่งที่ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว ขนาดเหมาะสม และได้รับการดูแลรักษาอยู่เสมอ มีอุปกรณ์ดับเพลิงหรือสายฉีดดับเพลิงมี Sprinkle มี Smoke detector หรือ Heat detector ที่มีประสิทธิภาพ เพียงพอ และอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม

- ระบบความปลอดภัยทั่วไป มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถสังเกตการณ์ หรือบันทึกภาพบริเวณทางเข้าออก และจุดสำคัญๆ ตลอด 24 ชั่วโมง มีเครื่องกำเนิดไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพและน้ำมันสำรอง มีการสำรองน้ำใช้ในกิจกรรมที่จำเป็นและน้ำสำหรับดับเพลิง มีระบบสื่อสารเพื่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินไปยังเครือข่ายต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีแผนป้องกันภัย เตือนภัย ระวังภัยต่างๆ และฝึกซ้อมอยู่เสมอ มียาสามัญประจำบ้านและชุดปฐมพยาบาลที่มีคุณภาพ อยู่ในสภาพที่ปรับใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### หมวดที่ 10 ทรัพยากร และชุมชนแวดล้อม

- ด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร และพลังงาน มีการจัดการกับขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และมีการจัดการกับน้ำเสียอย่างถูกต้องลักษณะและมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด มีประสิทธิภาพใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประหยัดพลังงานและมีประสิทธิภาพ มีการรณรงค์ในการใช้ทรัพยากรและประหยัดพลังงาน รวมทั้งไม่ดำเนินการหรือให้การสนับสนุนกิจกรรมสันตนาการที่เป็นการรบกวนหรือทำลายสิ่งแวดล้อม

- ด้านชุมชน สังคมและสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม สนับสนุนผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เคารพในความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ ไม่สนับสนุนการค้าประเวณีและสิ่งผิดกฎหมายอื่นๆ มีการประกันความเสียหายต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

#### หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน (สำหรับระดับ 3-5 ดาว)

- ด้านสนับสนุนการบริการ มีพื้นที่ล็อกเกอร์แยกชาย-หญิง มีห้องสุขาแยกชาย-หญิง มีห้องอาบน้ำแยกชาย-หญิง ที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี สะอาด และเพียงพอแก่การใช้งาน มีพื้นที่รับประทานอาหารที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี สะอาด และเพียงพอแก่การใช้งาน มีพื้นที่พักผ่อนที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี สะอาด และเพียงพอแก่การใช้งาน มีห้องสมุดหรือห้องฝึกอบรม พร้อมวัสดุอุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี สะอาด และเพียงพอแก่การใช้งาน

- ด้านส่งเสริมสวัสดิการ มีการประกันสังคมให้แก่พนักงานทุกระดับที่บรรจุแล้ว ไม่ละเมิดกฎหมายแรงงาน เช่น สตรีมีครรภ์ การจ้างแรงงานเด็ก และคนต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย

#### หมวดที่ 12 คุณลักษณะเสริมอื่นๆ

- กิจกรรมเสริม มีบริการและกิจกรรมเสริมอื่นๆ ทั้ง Indoor และ Outdoor อย่างน้อย 3-5 ชนิด เช่น ร้านของที่ระลึก ร้านเสริมสวย ร้านตัดผมสุภาพบุรุษ, Karaoke, Snooker, Game Room, Kid Room, ทำอาหารและงานฝีมือต่างๆ สนามเด็กเล่น จักรยาน และกอล์ฟ มีบริการและกิจกรรมเสริมอื่นๆ ทั้ง Indoor และ Outdoor อย่างน้อย 5 ชนิด

- การเป็นที่ยอมรับของบุคคลและองค์กรภายนอก ได้รับการรับรอง หรือรางวัลด้านต่างๆ จากองค์กรที่เกี่ยวข้องและมีมาตรฐานภายในประเทศ ได้รับการรับรอง หรือรางวัลด้านต่างๆ จากองค์กรที่เกี่ยวข้องและมีมาตรฐานระดับนานาชาติ มีบุคคลสำคัญทั้งในและต่างประเทศมาใช้บริการอยู่เสมอ

- สวัสดิการเสริมสำหรับพนักงาน มีสวัสดิการด้านการเงิน เช่น เงินช่วยค่าครองชีพ ค่าเล่าเรียนบุตร และสวัสดิการด้านอื่นๆ เช่น ที่พัก อาหาร รถรับ-ส่ง

### บริการของโรงแรม

โรงแรมต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้แก่ลูกค้าจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความพร้อมหรือระดับมาตรฐานของโรงแรมนั้น ๆ ซึ่งการให้บริการต่างๆ สามารถแบ่งได้ดังนี้ (กรองทอง อัมวงษ์, 2548, 17)

1. บริการด้านห้องพัก (Rooms)
2. บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage)
3. บริการด้านการจัดเลี้ยง (Banquets)
4. บริการซักรีด (Laundry)
5. ร้านขายสินค้า (Shopping)
6. บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา (Money exchange)
7. บริการสอบถามข่าวสารข้อมูล (Enquiries and information)
8. บริการรถรับส่ง (Limousine service)
9. ศูนย์บริการข่าวสารข้อมูลทางธุรกิจ (Business service center)
10. บริการโทรศัพท์ (Telephone service)
11. บริการนำเที่ยว (Travel service)
12. บริการร้านเสริมสวย (Beauty salon and barber shop)
13. ศูนย์บริการด้านกีฬา (Sports center)
14. บริการที่จอดรถ (Parking)
15. บริการรับฝากกระเป๋าและสัมภาระ (Luggage deposit)
16. บริการรักษาพยาบาล (Doctor service)
17. บริการด้านไปรษณีย์ (Postage service)
18. บริการรับฝากของมีค่า (Safety deposit boxes)

19. บริการรับเลี้ยงเด็ก (Baby sitters)
20. บริการรับจองห้องพักของโรงแรม (Hotel bookings)
21. บริการรับแจ้งปลุก (Wake-up calls)
22. บริการรับฝากข่าวสารข้อมูล (Leave message)
23. บริการรับห่อสิ่งของให้กับลูกค้า (Parcel service)
24. การให้บริการด้านเลขานุการ (Secretarial service)
25. บริการรับซ่อมและทำความสะอาดรองเท้า (Shoe cleaning and repair)
26. บริการอาหารเครื่องดื่มตามห้องพักลูกค้า (Room service)
27. บริการโทรทัศน์และภาพยนตร์ในห้องพัก (Television and house moving)
28. บริการรักษาความปลอดภัย (Security service)
29. บริการด้านการบันเทิง (Entertainment)
30. บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการกีฬา (Sport facilities)

ทั้งนี้ นางคณุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 53) ได้มีการสรุปตัวอย่างรายการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ดังภาพที่ 2.1



### ตัวอย่างรายการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอให้บริการภายในโรงแรมอาจมีดังต่อไปนี้

- ห้องน้ำภายในห้องพัก (room/bathroom en suite) พร้อมอุปกรณ์เครื่องใช้
- บริการตลอด 24 ชั่วโมง
- เครื่องรับโทรทัศน์พร้อมรายการภาพยนตร์ให้เลือกและรายการวิทยุในห้องพัก
- อุปกรณ์สื่อสารติดตั้งในห้องพัก
- ห้องอาหารประเภทต่างๆ หลายห้อง และร้านเค้กขนมปัง
- ห้องหรือบริเวณนั่งเล่นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (lounge)
- ห้องหรือบริเวณให้บริการเครื่องดื่ม
- บริการอาหารถึงห้องพัก (room service)
- ห้องประชุมขนาดต่างๆ (หลายห้อง) พร้อมจัดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น
- บริการจัดเลี้ยง (ในและนอกสถานที่)
- บริการซักรีด
- บริการเพื่อสุขภาพ เช่น สนามกีฬา ห้องออกกำลังกายและห้องอบไอน้ำ
- สระว่ายน้ำ
- อุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ
- บริการเพื่อความบันเทิง เช่น ห้องเล่นเกม ห้องฟังเพลง
- บริการเพื่อนักธุรกิจ เช่น ศูนย์ธุรกิจ (business center)
- บริการรักษาพยาบาล
- บริการรับเลี้ยงเด็ก
- ที่จอดรถบริการรถ
- บริการเช่ารถ
- บริการด้านการเดินทางท่องเที่ยวโดยตัวแทนทางการท่องเที่ยว
- ร้านค้าย่อยต่างๆ เช่น ร้านขายของใช้เบ็ดเตล็ด ร้านขายของที่ระลึก ร้านอัญมณี เครื่องประดับ ร้านหนังสือ ร้านตัดเสื้อ ร้านดอกไม้ สถานที่เสริมความงาม ฯลฯ

ภาพที่ 2.1 รายการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม นงคินุช ศรีธนาอนันต์ (2553, 53)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม ทำให้เข้าใจถึงค่านิยมของโรงแรม ลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมโรงแรม การจัดประเภทของโรงแรมและมาตรฐานตามเกณฑ์ต่างๆ ตลอดจนงานบริการของโรงแรม โดยผู้ศึกษาได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ตลอดจนกำหนดประเภทของโรงแรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามประเภทของโรงแรมโดยแบ่งตามขนาดของโรงแรม และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่ใช้ในการศึกษา

### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

#### ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, 3) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ว่าหมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำให้การค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้ (using) การประเมินผล (evaluation) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมินผล (evaluation) การจัดหา (acquiring) การใช้ (using) และการใช้จ่าย (disposing) ในสินค้าและบริการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, 29) ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

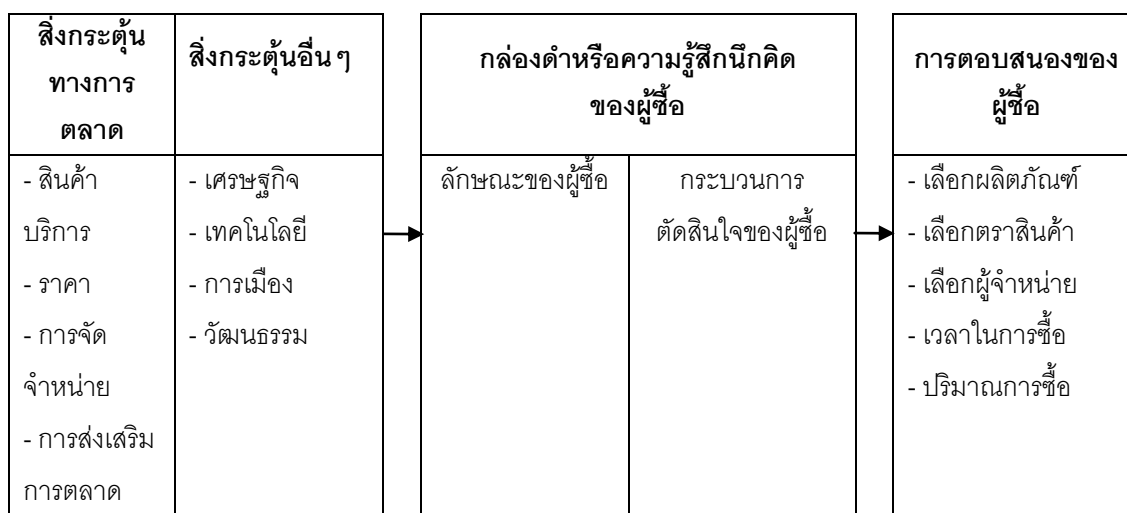
เสรี วงษ์มณฑา (2542, 31) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer Behavior) หมายถึง ลักษณะการซื้อของผู้บริโภค เช่น ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้อมากน้อยเพียงใด ใครเป็นผู้ซื้อและใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจ และพฤติกรรมการใช้ (using Behavior) หมายถึง ลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค เช่น บริโภคที่ไหน บริโภคกับใคร บริโภคในอัตรามากน้อยเพียงไร เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการ เพื่อตอบสนองความ

ต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้น โดยมีกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจ ตั้งแต่การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ และผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) Kotler, 2006

จากภาพที่ 2.2 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่ง

ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งองค์กรควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อนั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ การตอบสนอง (buyer's response) หมายถึง พฤติกรรมที่มีการแสดงออกมาหลังจากมีบุคคล มีสิ่งกระตุ้น ซึ่งหมายถึงการตัดสินใจซื้อนั่นเอง ประกอบด้วย การเลือกผลิตภัณฑ์ การตราสินค้า การเลือกผู้จำหน่าย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product decision) การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งจะขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจ คุณภาพสินค้า สิ่งดึงดูดด้านราคาที่กำหนดและการลดราคา รวมทั้งการเร่งรีบในการซื้อใช้ เช่น ผู้บริโภคต้องการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคมีทางเลือก คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไข่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง เป็นต้น

3.2 การเลือกตราสินค้า (brand decision) การตัดสินใจเลือกตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่น ศรัทธาและทัศนคติที่มีต่อยี่ห้อนั้น ว่าชอบมากน้อยเพียงใดซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อนั้น เช่น ผู้บริโภคเลือกซื้อเครื่องสำอางเฉพาะยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งที่มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง เท่านั้น

3.3 การเลือกผู้จำหน่าย (dealer choice) การตัดสินใจเลือกผู้จำหน่าย คือ ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคทำการซื้อที่พิจารณาจากความสะดวก และสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าใกล้บ้าน

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (purchase timing) การตัดสินใจเลือกเวลาในการซื้อ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าในเวลาใด เช่น เลือกซื้อเสื้อผ้า ในเวลาตอนเย็น

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (purchase amount) การตัดสินใจเลือกปริมาณในการซื้อ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าในปริมาณเท่าใด ขึ้นอยู่กับเหตุผลต่าง ๆ ในการซื้อ เช่น เลือกซื้อกระดาษชำระเป็นโหลเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย

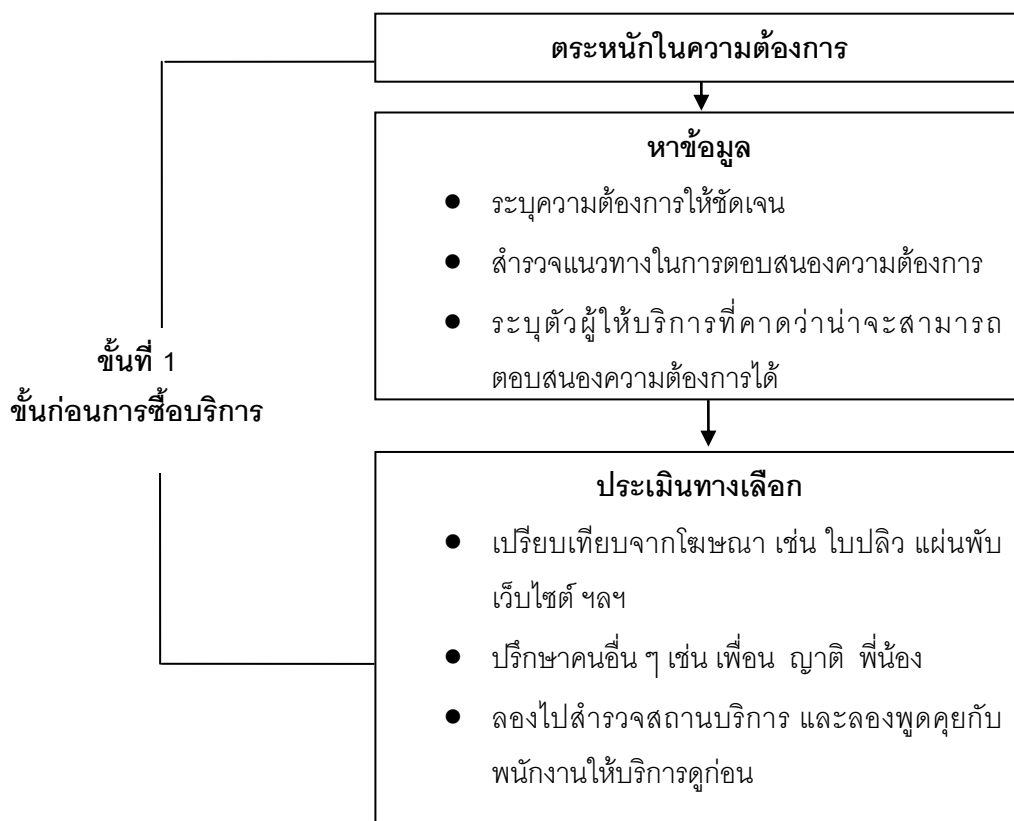
จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น ผู้ศึกษาได้ทำความเข้าใจโมเดลแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมกรรมการซื้อการใช้ของผู้บริโภค ทราบถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผู้ศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม

การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมใดโดยใช้ปัจจัยใดเป็นสำคัญนั้น เป็นการแสดงออกถึงการกระทำของบุคคลในการที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือในที่นี่คือบริการห้องพัก รวมถึงบริการอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการในการเลือกเข้าพักโรงแรม ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้น ตามที่ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, 69-73) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการ (Purchase Process for Service) โดยมีกระบวนการซื้อบริการ 3 ขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย

1. ขั้นก่อนการซื้อบริการ
2. ขั้นเผชิญหน้ากับบริการ
3. ขั้นประเมินผลหลังบริการ

ซึ่งทั้ง 3 ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการในการตัดสินใจ ตั้งแต่การค้นหา การซื้อ การใช้ และการประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม จึงได้กำหนดแนวทางการศึกษาในการกำหนดปัจจัยที่จะศึกษาตามกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการในขั้นก่อนการซื้อบริการ โดยแสดงได้ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ดัดแปลงจาก “The Purchase Process : Customer Activities in Selecting Using and Evaluating Service” (Lovelock, 2001, 123)

ขั้นก่อนการซื้อบริการ (Pre-Purchase Stage) เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่ผู้บริโภคกระทำขึ้นก่อนได้รับประสบการณ์จริงจากการใช้บริการ ซึ่งอาจจะเริ่มต้นด้วยผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา และเกิดความต้องการ หลังจากนั้นผู้บริโภครักจะทำการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องว่ามีผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบ้างที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ หลังจากนั้นผู้บริโภคนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการนั้น และท้ายที่สุดผู้บริโภคนจะเลือกบริการที่ตน “คาดว่า” น่าจะตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด

ดังนั้นในการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ นั้น เป็นการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการที่จะเลือกเข้าพักในโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นก่อนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จริงจากการใช้บริการ ผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมแนวคิด



ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ว่าได้ศึกษาปัจจัยใดบ้างและมีปัจจัยใดที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว เพื่อผู้ศึกษาจะได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่จะทำการศึกษาต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ธาวินี โชติวรรณกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักในโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการห้องพักในโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ในระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2548 ถึงวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2549 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ บริเวณห้องโถงที่พักของโรงแรมจำนวน 42 แห่ง โดยใช้เกณฑ์ราคาห้องพักเป็นตัวพิจารณาเลือกโรงแรมโดยเลือกเฉพาะโรงแรมที่มีราคาห้องพักคืนละ 500 บาท ขึ้นไปและโรงแรมที่มีราคาห้องพัก 1,500 บาทขึ้นไป วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามหลักของ Likert โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเข้าพักในโรงแรมมีจำนวนทั้งสิ้น 30 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด 5 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ โรงแรมตั้งอยู่ในสถานที่สะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดในห้องพัก ราคาห้องพักที่เหมาะสม คุณภาพในการให้บริการ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้า 37

พิชิต กองสาสน (2551) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรม ในเขตอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คัดเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวและพักแรมในเขตอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เข้าถึงง่ายและมีความสนใจในการให้ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามหลักของ Likert โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักมีจำนวนทั้งสิ้น 35 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการที่พักมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ความเป็นมิตรและให้เกียรติลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ราคาที่พักแรมเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักแรมอื่นในระดับเดียวกัน มีห้องน้ำที่สะดวกต่อการใช้งาน พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นหรือปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม ที่พักแรมปลอดภัยปราศจากอันตรายและความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้า 39

สุธาสินี คำสำราญ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ทและบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในอำเภอเกาะสมุย จำนวน 400 คน ในระหว่างวันที่ 20 มิถุนายน 2551 ถึงวันที่ 20 สิงหาคม 2551 ใช้แบบสอบถามในเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางเข้าออกจากอำเภอเกาะสมุย ณ ที่พักผู้โดยสารขาออกทั้งสิ้น 5 จุด ได้แก่ ท่าอากาศยานเกาะสมุย ท่าเรือข้ามฝั่งเกาะสมุย-ท่าเรือดอนสัก ท่าเรือข้ามฝั่งเกาะสมุย-ปากน้ำชุมพร และท่าเรือข้ามฝั่งเกาะสมุย-ท่าเรือท่าทอง วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามหลักของ Likert โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักแรมมีจำนวนทั้งสิ้น 49 ปัจจัย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ที่พักอยู่บนชายหาด ที่พักสามารถไปยังชายหาดได้โดยสะดวก ที่พักอยู่ในภูมิประเทศที่สวยงาม การแสดงราคาอย่างชัดเจน และความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้าที่ 43

กิตติพงษ์ เกียรติไชยากร (2552) ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักโรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2551 ถึงเดือนมิถุนายน 2552 ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลที่สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มาเที่ยวแล้วพักในโรงแรม วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 3 ระดับ ตามหลักของ Likert โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมมีจำนวนทั้งสิ้น 19 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวใน 5 ลำดับแรก คือ โรงแรมอยู่ใกล้ย่านร้านค้า โรงแรมมีการคมนาคมสะดวก โรงแรมมีบริการรถสาธารณะผ่าน โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบวงจร เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ภัตตาคาร ร้านอาหารสินค้า และโรงแรมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้าที่ 47

อรอนงค์ ทองแท้ (2552) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในเขตตำบล

ป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ที่เข้าถึงได้ง่ายและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ในระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2553 ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลบริเวณชายหาดป่าตองและบริเวณล็อบบี้ของโรงแรม วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกเข้าพักโรงแรม โดยใช้ค่าเฉลี่ยจากการวัดมาตราวัดตัวเลข (numerical scale) วัดข้อคิดเห็นโดยมิได้อ้างอิงกับเกณฑ์หรือกลุ่มใดอยู่ในรูปของการกำหนดช่วง ค่าเท่าๆ กัน จำนวน 10 ช่วง มีค่าระหว่าง 1-10 โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเข้าพักโรงแรมมีจำนวนทั้งสิ้น 39 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ ความสะอาดในห้องพักและบริเวณโรงแรม ความปลอดภัยและระบบรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกและรูปลักษณ์ของห้องพัก และความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และพนักงานบุคลิกดี แต่งตัวดีและสะอาด ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้า 49

พัชรกร ชมพูนุช (2553) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกโรงแรม ที่พัก และรีสอร์ท ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวกับการเลือกโรงแรม ที่พัก และรีสอร์ทโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดช่วงคะแนนตามเกณฑ์ 3 ระดับ โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกโรงแรม ที่พัก และรีสอร์ท มีจำนวนทั้งสิ้น 26 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกโรงแรมมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ พนักงานให้บริการอย่างมืออาชีพ พนักงานสามารถตอบคำถามเมื่อเกิดข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้า 52

Cihan Cobanoglu, Kadir Corbaci, Patric J. Moreo, Yuksel Ekinici (2003) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกโรงแรมของนักเดินทางธุรกิจชาวตุรกี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเดินทางธุรกิจในแต่ละเขตของประเทศตุรกี จำนวน 612 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามให้ตอบทางจดหมาย วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการเลือกโรงแรมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (factor Analysis) โดยปัจจัยในการเลือกโรงแรมที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 113 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกโรงแรมของนักเดินทางธุรกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดใน 5 ลำดับแรก คือ บริการเช็คเอาท์ในห้องพัก (In-room check-out) ความสะอาดของโรงแรม (Cleanliness of room)

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง (Security Personnel on duty 24 hours a day) ความสะอาดสบายของที่นอนและหมอน (Comfortable mattress and pillows) และในห้องพักรมมีระบบฉีดน้ำเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ (Individual room sprinkler system) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้าที่ 54

Xiao Han Xue, Carmen Cox (2008) ศึกษาปัจจัยการเลือกเข้าพักโรงแรมและระดับความพึงพอใจของนักเดินทางธุรกิจชาวจีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักธุรกิจชาวจีนที่เป็นสมาชิกของหอการค้า Zhe Jiang จำนวน 497 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามทางจดหมาย วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการเลือกโรงแรมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (factor Analysis) ปัจจัยการเลือกเข้าพักโรงแรมที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 61 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ บริการส่วนหน้า (Front desk service) ภาพลักษณ์โรงแรม (Image) ระบบรักษาความปลอดภัย (Security) สิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป (Common facilities) และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ (Bathroom) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้าที่ 65

Ahmed Fawzy (2010) ศึกษาการเลือกที่พักของนักเดินทางธุรกิจ : ศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมระหว่างประเทศ 2 แห่งในกรุงไคโร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักธุรกิจในกรุงไคโร จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากโรงแรมระดับ 5 ดาว และโรงแรมระดับ 4 ดาว โรงแรมละ 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการเลือกโรงแรมของนักเดินทางธุรกิจโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามหลักของ Likert ปัจจัยการเลือกโรงแรมที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 51 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดในการเลือกโรงแรมทั้ง 2 แห่งใน 5 ลำดับแรกในโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ ความแม่นยำในบริการโทรปลุก (Accuracy of wake up call) ความสะอาดของห้องพัก (Cleanliness of room) สะดวกสบายของที่นอนและหมอน (Comfortable mattress and pillow) คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Quality of food and beverage services) และความถูกต้องของการจัดการข้อความ (Accuracy of message handling) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกโรงแรมของนักเดินทางธุรกิจใน 5 ลำดับแรก ในโรงแรมระดับ 4 ดาว คือ การรักษาความปลอดภัยและความปลอดภัยของห้องพัก (Security and safety of room) คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ (Quality of bathroom facilities) ความสะอาดของห้องพัก (Cleanliness of room) ประสิทธิภาพในการ check-in/out (Efficiency in check-in/out) และคุณภาพของการ

บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Quality of food and beverage services) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.1 หน้าที่ 71

ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้สรุปปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ศึกษาในการเลือกเข้าพักโรงแรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและปัจจัยที่พบว่ามีความสำคัญมากที่สุด 5 ลำดับแรก ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 สรุปปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
ธาวินี โชติสุวรรณกุล/ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกเข้าพักโรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย (2550)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะอาดในห้องพัก</li> <li>2. ความสะอาดกสบายใน ห้องพัก</li> <li>3. ห้องพักรูปร่างเหมาะสม</li> <li>4. ระดับมาตรฐานในการ ให้บริการ</li> <li>5. ระบบรักษาความปลอดภัย ของโรงแรม</li> <li>6. โรงแรมตั้งอยู่ในสถานที่ สะดวกต่อการเดินทาง</li> <li>7. โรงแรมตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ชุมชน</li> <li>8. โรงแรมมีทางเข้า-ออก สะดวก</li> <li>9. โรงแรมมีที่จอดรถ กว้างขวาง</li> <li>10. โรงแรมตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว</li> <li>11. ใช้ระยะเวลาในการ check in-check-out ที่รวดเร็ว</li> <li>12. การให้บริการในชั้นตอนอื่น สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>13. คุณภาพในการให้บริการ</li> <li>14. คุณภาพในห้องพัก</li> <li>15. โรงแรมสามารถรักษา มาตรฐานที่มีอยู่ได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พนักงานมีความซื่อสัตย์ (4.10)</li> <li>2. โรงแรมตั้งอยู่ในสถานที่ สะดวกต่อการเดินทาง (3.97)</li> <li>3. ความสะอาดในห้องพัก (3.96)</li> <li>4. ราคาห้องพักที่เหมาะสม (3.96)</li> <li>5. คุณภาพในการให้บริการ (3.95)</li> </ol>

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	16. พนักงานมีความซื่อสัตย์	
	17. พนักงานมีความรู้สามารถอธิบายตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำช่วยเหลือได้	
	18. บุคลิกภาพของพนักงาน	
	19. พนักงานมีการแต่งกายที่สวยงาม	
	20. มีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	
	21. การบอกกล่าวจากคนที่รู้จักทำให้ท่านรู้จักโรงแรมนี้	
	22. การให้ส่วนลดจากฤดูกาลต่างๆ	
	23. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	
	24. ส่วนลดจากการใช้แพ็คเกจ	
	25. อาคารที่พักมีความใหม่และสะอาด	
	26. มีการตกแต่งภายในภายนอกที่สวยงาม	
	27. การนำเอาอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้	
	28. ราคาห้องพักที่เหมาะสม	
	29. วิธีการที่หลากหลายในการชำระเงิน	
	30. การให้ส่วนลดจากเงื่อนไขต่างๆ	



## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
พิชิต กองศาสน/ พฤติกรรมทางเลือกใช้ บริการที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี (2551)	<ol style="list-style-type: none"> <li>เตียงนอนมีหลายรูปแบบ และตรงตามความต้องการของลูกค้า</li> <li>มีห้องน้ำที่สะดวกต่อการใช้งาน</li> <li>มีระบบชำระเงินที่สะดวก และรวดเร็วสามารถให้บริการได้ด้วยระบบเงินสด ระบบบัตรเครดิต และการจ่ายเงินผ่านเว็บไซต์</li> <li>ที่พักแรมปลอดภัย ปราศจากอันตรายและความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน</li> <li>สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความบันเทิง</li> <li>สิ่งอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสาร</li> <li>สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักแรม</li> <li>สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพักแรม</li> <li>การระบุราคาที่พักแรมให้ทราบล่วงหน้าชัดเจน</li> <li>ราคาที่พักแรมเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักแรมอื่นในระดับเดียวกัน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ความเป็นมิตรและให้เกียรติลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (4.54)</li> <li>ราคาที่พักแรมเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักแรมอื่นในระดับเดียวกัน (4.32)</li> <li>มีห้องน้ำที่สะดวกต่อการใช้งาน (4.28)</li> <li>พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นหรือปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม (4.27)</li> <li>ที่พักแรมปลอดภัย ปราศจากอันตรายและความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน (4.26)</li> </ol>

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	11. ราคาที่พักแรมที่แสดงรวม	
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าบริการ	
	(service charge) ไว้แล้ว	
	12. การแสดงสินค้าของที่พักร	
	แรมในนันทนาการท่องเที่ยวใน	
	ประเทศของกลุ่มลูกค้า	
	13. ที่พักแรมอยู่ในแหล่ง	
	ท่องเที่ยว และสามารถเข้าพัก	
	แรมได้สะดวก	
	14. ลูกค้าสามารถสำรองที่พัก	
	แรมกับที่พักแรมได้โดยตรงโดย	
	ผ่านช่องทางต่างๆ	
	15. ลูกค้าสามารถสำรองที่พัก	
	แรมกับผู้จำหน่ายได้โดยผ่าน	
	ช่องทางต่างๆ	
	16. การโฆษณาประชาสัมพันธ์	
	ข้อมูลที่พักแรมผ่านสื่อต่างๆ	
	17. การให้ส่วนลดค่าที่พักแรม	
	สำหรับลูกค้าเก่า	
	18. การให้ส่วนลดค่าที่พักแรม	
	แบบระยะยาว	
	19. ลูกค้าสามารถต่อรองราคา	
	ที่พักแรมได้	
	20. พนักงานสามารถสื่อสาร	
	กับลูกค้าได้ดี	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	21. พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติ หน้าที่ของตน	
	22. พนักงานให้คำแนะนำหรือ ตอบข้อซักถามได้ดี	
	23. พนักงานสามารถแก้ไข ปัญหาเบื้องต้นหรือปัญหา เฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม	
	24. การจัดลำดับก่อนหลัง ใน การให้บริการ	
	25. ขั้นตอนการตรวจสอบ สถานะห้องพักรวมเมื่อ นักท่องเที่ยวสอบถาม รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน	
	26. ขั้นตอนการลงทะเบียน ของลูกค้ำที่เข้าพักรวม (check-in) รวดเร็วและไม่ ซับซ้อน	
	27. ขั้นตอนการแก้ปัญหาเมื่อ ห้องพักมีปัญหา รวดเร็วและไม่ ซับซ้อน	
	28. ความมีระเบียบและ สวยงามของพนักงานในชุดยูนิ ฟอร์ม	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	29. ความโดดเด่นและสะอาด ของห้องพักรวมและบริเวณที่ พักรวม	
	30. ความมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวและความสวยงาม ของการออกแบบอาคารทั้ง ภายนอกและภายใน	
	31. ความกลมกลืนและ เหมาะสมของบรรยากาศ ภายในอาคารที่พักทั้งด้าน อุปกรณ์ตกแต่งตลอดจนการใช้ แสง สี และเสียงเพลง	
	32. การปรับปรุงบริการเสมอ เพื่อให้ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า	
	33. ความสามารถในการ ให้บริการตามที่ได้ตกลงหรือ สัญญากับลูกค้าอย่างถูกต้อง	
	34. ความเต็มใจและยินดีที่จะ ให้ความช่วยเหลือลูกค้า	
	35. ความเป็นมิตรและให้ เกียรติลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
สุทธาสินี คำสำราญ/ พฤติกรรมผู้บริโภค และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกที่พักแรมของ นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และ บังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย (2551)	1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของที่พัก 2. ความหลากหลายของประเภทห้องพัก 3. ความเพียบพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก 4. ความเพียบพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น เช่น เคเบิลทีวี, วิทยุ, มินิบาร์, ตู้เย็น, เครื่องปรับอากาศ, เครื่องเป่าผม, โทรศัพท์ และอื่นๆ 5. ความหลากหลายของห้องอาหาร 6. ความหลากหลายของรายการท่องเที่ยว 7. ความเพียงพอของการให้บริการซักอบรีด 8. ความเพียงพอของการให้บริการเช่ารถ 9. ความเพียงพอของบริการรถรับส่ง 10. การแสดงราคาอย่างชัดเจน 11. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน	1. ที่พักอยู่บนชายหาด (4.34) 2. ที่พักสามารถไปยังชายหาดได้โดยสะดวก (4.33) 3. ที่พักอยู่ในภูมิประเทศที่สวยงาม (4.25) 4. การแสดงราคาอย่างชัดเจน (4.09) 5. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน (4.07)

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	12. ความเหมาะสมของราคา ห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่ง อำนวยความสะดวกที่ได้รับ	
	13. ความเหมาะสมของราคา ห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับ ขนาดห้องพัก	
	14. การวางมัดจำล่วงหน้าเมื่อ ทำการจองห้องพัก	
	15. ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมี ค่าใช้จ่ายในอัตราที่ต่ำสำหรับ สิ่งอำนวยความสะดวกและ ค่าบริการ	
	16. ความสะดวกของเส้นทาง ในการเดินทางสู่ที่พัก	
	17. ที่พักอยู่บริเวณศูนย์กลาง การท่องเที่ยว	
	18. ที่พักอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ	
	19. ที่พักอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวยามราตรี	
	20. ที่พักอยู่ใกล้แหล่งจับจ่าย ซื้อสินค้า	
	21. ที่พักอยู่บนชายหาด	
	22. ที่พักสามารถไปยัง ชายหาดได้โดยสะดวก	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	23. ที่พักอยู่ในภูมิภาคประเทศที่ สวยงาม	
	24. การจัดทำราคาห้องพัก พิเศษสำหรับการพักระยะยาว	
	25. โปรโมชั่นพิเศษ เช่น จอง 3 คืน ได้รับเพิ่ม 1 คืน	
	26. ห้องพักราคาพิเศษเมื่อจอง ผ่านตัวแทนหรือบริษัท	
	27. ห้องพักรวมอาหารเช้า	
	28. ห้องพักราคาพิเศษเมื่อจอง ผ่านเว็บไซต์	
	29. บริการเสริมฟรีในระหว่าง เข้าพัก เช่น อาหารเช้า, ฟิตเนส, โยคะ	
	30. การจัดกิจกรรมในวัน สำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วัน สงกรานต์	
	31. บริการรถรับส่งฟรีจาก สนามบิน, สถานีขนส่ง, ท่าเรือ ข้ามฟาก	
	32. ความคาดหวังสำหรับ ความพร้อมในการให้บริการ ของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า	
	33. ความคาดหวังในความถูกต้อง ของพนักงานจองห้องพัก	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	34. ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน	
	35. ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอื่นของพนักงาน	
	36. รูปแบบและการวางแผนผังของที่พักร	
	37. ความสวยงามของการตกแต่งล็อบบี้	
	38. ความสวยงามของการตกแต่งห้องพักร	
	39. ความรู้สึกผ่อนคลายโดยกลิ่นหอมภายในห้องพักร	
	40. การจัดสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยของที่พักร	
	41. ความเพียงพอของระบบความปลอดภัย เช่น จำนวนเวรยาม, อุปกรณ์ดับเพลิง, ตู้เซฟ	
	42. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล	
	43. ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์	
	44. ความสะดวกในการจองห้องพักทางเว็บไซต์	
	45. ความสะดวกในการจองห้องพักทางอีเมล	



ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	46. ความสะดวกในการ จ่ายเงินมัดจำ	
	47. ความแม่นยำของระบบ การจองห้องพัก	
	48. ความสะดวกของขั้นตอน การ check-in/out	
	49. ความคาดหวังของความ พร้อมของขั้นตอนในการ check-in/out	
กิตติพงศ์ เกียรติไชยากร/ เรื่อง การเลือกใช้โรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ (2552)	1. โรงแรมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 2. โรงแรมได้รับการรับรอง มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ระดับสากล 3. โรงแรมมีระบบความ ปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน 4. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบ เช่น ทีวี ตู้เย็น เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต 5. โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบ วงจร เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ภัตตาคาร ร้านอาหาร 6. โรงแรมมีบริการรถเช่า นำเที่ยว 7. ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น	1. โรงแรมอยู่ใกล้ย่านร้านค้า (2.65) 2. โรงแรมมีการคมนาคม สะดวก (2.57) 3. โรงแรมมีบริการรถ สาธารณะผ่าน (2.56) 4. โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบ วงจร เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ภัตตาคาร ร้านอาหาร (2.44) 5. โรงแรมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (2.42)

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	8. ราคาห้องพักมีความหลากหลาย มีให้เลือกหลายระดับ	
	9. มีการแจ้งราคาห้องพักอย่างชัดเจน	
	10. โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	
	11. โรงแรมอยู่ในเขตชุมชนที่มีความปลอดภัย	
	12. โรงแรมอยู่ใกล้ย่านร้านค้า	
	13. โรงแรมมีการคมนาคมสะดวก	
	14. โรงแรมมีบริการรถสาธารณะผ่าน	
	15. โรงแรมมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	
	16. โรงแรมได้รับการแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	
	17. โรงแรมให้ส่วนลดกับบริษัทที่ตนทำงาน	
	18. โรงแรมมีส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิต	
	19. โรงแรมมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดพิเศษ	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
อรอนงค์ ทองแท้/ ปัจจัยทางการตลาดในการ เลือกเข้าพักโรงแรมของ นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ ในเขตตำบล ป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัด ภูเก็ต (2552)	1. แบรรณ์ของโรงแรม 2. ระดับดาวของโรงแรม 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและ รูปลักษณะของห้องพัก 4. ความหลากหลายและ คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม 5. ความหลากหลายของสิ่ง อำนวยความสะดวก และการ บริการของโรงแรม 6. ความสะอาดในห้องพักและ บริเวณโรงแรม 7. ความปลอดภัยและระบบ รักษาความปลอดภัย 8. ความหลากหลายของอัตรา ค่าห้อง 9. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ ของห้องพัก 10. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ ของที่พัค 11. ความหลากหลายของช่อง ทางการจ่ายเงิน เช่น เงินสด ตั๋วเดินทาง บัตรเครดิต 12. ง่ายต่อการจองห้องพักกับ โรงแรมโดยตรง	1. ความสะอาดในห้องพักและ บริเวณโรงแรม (8.82) 2. ความปลอดภัยและระบบ รักษาความปลอดภัย (8.48) 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและ รูปลักษณะของห้องพัก (8.46) 4. ความหลากหลายและ คุณภาพของอาหารและ เครื่องดื่ม (8.41) 5. พนักงานบุคลิกดี แต่งตัวดี และสะอาด (8.33)

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	13. มีระบบเครือข่ายการจองโรงแรมได้ทั่วโลก	
	14. ง่ายต่อการจองโรงแรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต	
	15. สะดวกในการจองห้องพักผ่านทางบริษัททัวร์,	
	16. บริษัทสายการบินและอื่นๆได้รับการแนะนำมาจากเพื่อนหรือญาติ	
	17. การโฆษณาผ่านทางหนังสือพิมพ์, วารสาร, เอกสารประชาสัมพันธ์และอื่นๆ	
	18. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	
	19. การโฆษณาทางทีวี	
	20. ส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคาเป็นช่วงๆ	
	21. เป็นสมาชิกและได้รับสิทธิประโยชน์	
	22. การช่วยเหลือและตอบแทนผู้สังคม	
	23. พนักงานตอบสนองอย่างกระตือรือร้น	
	24. พนักงานต้อนรับแบบวัฒนธรรมไทย สุภาพและอบอุ่น	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	25. พนักงานบุคลิกดี แต่งตัวดี และสะอาด	
	26. พนักงานมีทักษะในการใช้ ภาษาที่หลากหลาย	
	27. พนักงานมีความรู้และมี ทักษะในงาน	
	28. ความรวดเร็วในการ Check-in และ Check-out	
	29. ความรวดเร็วในการบริการ อาหาร และเครื่องดื่ม	
	30. ความรวดเร็วในการ แก้ปัญหา	
	31. ความรวดเร็วในการให้ ข้อมูลและข่าวสารที่ถูกต้อง	
	32. การออกแบบตัวโรงแรมกับ บริเวณโดยรอบมี ลักษณะเฉพาะ	
	33. การตกแต่งในห้องพัก	
	34. การออกแบบชุดของ พนักงาน	
	35. การออกแบบอุปกรณ์และ สิ่งอำนวยความสะดวก	
	36. ให้บริการแก่ลูกค้าเป็น อย่างดีจนเป็นที่ยอมรับ	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
พัชรกร ชมพูนุช/ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวในการเลือก โรงแรม ที่พัก และรีสอร์ท ในเขตบางแสน จังหวัด ชลบุรี (2553)	37. ปรับปรุงการบริการอย่าง ต่อเนื่องตามความต้องการของ ลูกค้า	
	38. เป็นกันเองและสุภาพ เรียบร้อยกับลูกค้าตลอดเวลา	
	39. ให้ความช่วยเหลือลูกค้า อย่างจริงจัง	
	1. มีมาตรฐานการให้บริการ มี คุณภาพ ตามความคาดหวัง	1. พนักงานแต่งกายสุภาพ (2.47)
	2. มีความซื่อสัตย์รับผิดชอบใน กรณีที่เกิดความเสียหายแก่ ทรัพย์สิน	2. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เสมอ (2.45)
	3. มีการประเมินงานโดย ผู้ใช้บริการสม่ำเสมอ	3. พนักงานให้บริการอย่างมือ อาชีพ (2.43)
	4. มีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ ใช้ในการให้บริการ	4. พนักงานสามารถตอบ คำถามเมื่อเกิดข้อสงสัยได้ อย่างชัดเจน (2.40)
5. มีความหลากหลายของ รูปแบบห้องพัก	5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ในการให้บริการ (2.40)	
6. มีการตั้งราคาเหมาะสมกับ ประเภทของการให้บริการที่ เป็นมาตรฐาน		
7. มีการตั้งราคาจากคุณภาพที่ ได้รับหรือผลงานใน ราคาที่เหมาะสมได้รับหรือ ผลงานในราคาที่เหมาะสม		

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	8. มีการเสนอราคาพิเศษตามช่วงเทศกาล	
	9. มีความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงิน	
	10. มีการบอกอัตราค่าบริการเข้าพักรชัดเจน	
	11. มีทำเลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	
	12. ที่ตั้งโรงแรมที่พิกง่ายแก่การสังเกต	
	13. มีการจัดสวนและสิ่งแวดล้อมอย่างมีระบบ และสวยงาม	
	14. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆในท้องถิ่น	
	15. มีการจัดทำโปรโมชั่นใหม่ๆอยู่เสมอ	
	16. มีระบบสมาชิก เพื่อเก็บข้อมูลการใช้บริการ และส่งข้อมูล ไปยังสมาชิกอยู่เสมอ	
	17. มีของสมนาคุณตามเทศกาลเสมอๆ	
	18. พนักงานต้องแต่งกายสุภาพ	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
Cihan Cobanoglu, Kadir Corbaci, Patric J. Moreo, Yuksel Ekinci/ ศึกษาเปรียบเทียบระดับ ความสำคัญของปัจจัยใน การเลือกโรงแรมของนัก เดินทางธุรกิจชาวตุรกี (2003)	19. พนักงานต้องยิ้มแย้ม แจ่มใสเสมอ	
	20. พนักงานให้บริการอย่าง มืออาชีพ	
	21. พนักงานสามารถตอบ คำถามเมื่อเกิดข้อสงสัยได้ อย่างชัดเจน	
	22. มีแผนสำรองเมื่อห้องพัก เต็ม ไว้คอยรองรับแขก	
	23. มีการใช้เครื่องมือและ อุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อลดระยะ การรอคอย	
	24. สถานที่เข้าพักมีการบันทึก ข้อมูลอย่างถูกต้อง	
	25. สถานที่สะอาด และเห็นโล โก้ร้านอย่างชัดเจน	
	26. สีส้นและการออกแบบร้าน ดูสบายไปรุ่งโล่ง	
	1. ความสะดวกในการไป สนามบิน (Convenience to airport)	1. เช็กเอาท์ในห้องพัก (In- room check-out) (4.38)
	2. เจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง (Security Personnel on duty 24 hours a day)	2. ความสะอาดของโรงแรม (Cleanliness of Hotel) (4.37)
		3. เจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง (Security Personnel on duty 24 hours a day) (4.26)



## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	3.ความสะอาดของโรงแรม (Cleanliness of Hotel)	4.ความสะอาดของเตียงนอนและหมอน (Comfortable mattress and pillows) (4.19)
	4. บริการนำรถไปจอดให้ลูกค้า (Valet Parking)	5. ในห้องพักมีระบบดับเพลิง (Individual room sprinkler system) (4.16)
	5.มีโต๊ะทำงานในห้องพัก (Desk/work table in room)	
	6.ความสะดวกของสถานที่ประชุม (Convenience to meeting site)	
	7.บริการที่เป็นมิตรจากพนักงานของโรงแรม (Friendly service of hotel staff)	
	8.พนักงานรักษาความปลอดภัยอยู่ในสายตาสามารถมองเห็นได้ (Visible security staff)	
	9.บริการปลุก (Bell service)	
	10.มีแสงสว่างเพียงพอในการทำงาน (Good lighting to read/work)	
	11.มีการแนะนำการบริการของพนักงานในโรงแรม (Colleague's recommendation of hotel)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	12.หมายเลขสำรองที่นั่ง ศูนย์กลาง 800 (Central 800 reservation number)	
	13.ประตูทางเข้า/ออกจาก โรงแรมที่ถูกล็อกในเวลา กลางคืน (Hotel entrance/exit doors locked at night)	
	14.บริการโทรปลุก (Wake-up calls)	
	15.มีส่วนลดพิเศษสำหรับ ห้องพัก (Availability of special discounts)	
	16.ชื่อเสียงของโรงแรม (Reputation of hotel)	
	17.ตกแต่งบำรุงรักษาอย่างดี (Well-maintained furnishings)	
	18.กล้องวงจรปิดบริเวณ ทางเดิน (Surveillance cameras in hallways)	
	19.บริการที่จอดรถ (Concierge service)	
	20.พนักงานต้อนรับส่วนหน้า ปฏิบัติหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง (Front desk staff on duty 24 hours a day)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	21.ราคาที่พัก (Price of accommodations)	
	22.ความสะอาดของเตียงนอนและหมอน (Comfortable mattress and pillows)	
	23.แสงสว่างบริเวณห้องโถง (Bright hallway lighting)	
	24.บริการเลขานุการ (Secretarial service)	
	25.บริการโทรศัพท์ในประเทศ (Free local phone calls)	
	26.ทางเดินที่กว้าง (Wider hallways)	
	27.เอเทรียมล็อบบี้ (Atrium lobbies)	
	28.สันทนาการ เช่น เทนนิส, กอล์ฟ (Recreation i.e.tennis,golf)	
	29.ห้องออกกำลังกาย (Fitness facility)	
	30.สระว่ายน้ำ (Swimming pool)	
	31.ซาวน่า (Sauna)	
	32.อ่างน้ำวนหรือจากุซซี่ (Whirlpool or Jacuzzi)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	33. สิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม (Meeting facilities)	
	34. บริการห้องจัดเลี้ยง (Banquet service)	
	35. ชั้นที่จอดรถ (Concierge floor)	
	36. คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และ/หรือเครื่องโทรสารสำหรับการใช้งานในห้องพัก (Personal computer and/or fax machine for in-room use)	
	37. ห้องปลอดบุหรี่ (Non-smoking rooms)	
	38. ห้องสวีท (Suite rooms)	
	39. ศูนย์ธุรกิจ (คอมพิวเตอร์, เครื่องแฟกซ์, เครื่องถ่ายเอกสาร) (Business center (computer, fax machines, copiers))	
	40. บริการรูมเซอร์วิส (Room service)	
	41. บริการห้องพักตลอด 24 ชั่วโมง (24-hour room service)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	42.ร้านอาหารที่บริการเต็มรูปแบบ (Full-service restaurant)	
	43.ร้านกาแฟบริการตลอด 24 ชั่วโมง (24-hour coffee shop)	
	44.เมนูที่ใส่ใจสุขภาพ (Health-conscious menu)	
	45.สถานที่รับประทานอาหารยืนบนชั้นที่สูง (High booths for single diners)	
	46.อาหารเช้าฟรี (Free continental breakfast)	
	47.ชั่วโมงค็อกเทลฟรี (Complimentary cocktail hour)	
	48.ลานจิบหรือบาร์ (Bar or lounge on property)	
	49.ความบันเทิงในห้องนั่งเล่น (Entertainment in lounge)	
	50.ล็อบบี้บาร์ (Lobby bar)	
	51.ร้านขายของกระจุกกระจิก (Gift shop)	
	52.ที่จอดรถในสถานที่ (On-premise parking)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	53.ที่จอดรถฟรี (Free parking)	
	54.บริการซักรีด (Laundry service)	
	55.ในห้องพักมีระบบดับเพลิง (Individual room sprinkler system)	
	56.มีเครื่องตรวจจับควันในห้องพัก (Individual room smoke detectors)	
	57.โปรแกรมการเดินทางของโรงแรมที่เป็นที่นิยม(Hotel frequent travel program)	
	58.คีย์การ์ดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic key cards)	
	59.หนังสือพิมพ์นานาชาติฟรี (Complimentary national newspaper)	
	60.หมายเลขห้องพักไม่ได้อยู่บนกุญแจ (Room numbers not on keys)	
	61.จัดเรียงลำดับการ check-in ไว้ก่อน (Pre-arranged check-in)	
	62.ที่ตั้งของโรงแรม (Hotel location)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	63.ลานจอดรถอยู่ติดกัน (Immediate adjacent outdoor parking lot)	
	64.แสงสว่างบริเวณลานจอดรถ (Parking area lighting)	
	65.เช็คอินด้วยความรวดเร็ว (Express check-out)	
	66.ประตูล็อคตาย (Dead bolt door locks)	
	67.เช็คเอาท์ในห้องพัก (In-room check-out)	
	68.บริการรับส่งยังสนามบิน (Airport transportation)	
	69.ตาแมวมองลอดรู (Peep holes)	
	70.ตู้เงินฝาก (Safety deposit boxes)	
	71.ความสอดคล้องและความน่าเชื่อถือระหว่างสถานที่ตั้ง (Consistency and reliability of chain between locations)	
	72.โทรศัพท์บริเวณห้องโถง (House phone in hallway)	
	73.เคเบิลทีวีฟรี (complimentary Cable TV)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	74.บริการรับส่งโทรสารฟรี (Free incoming fax service)	
	75. บริการอาหารเช้าใน ห้องพักฟรี (Free room- delivered continental breakfast)	
	76.รับประกันความพึงพอใจ อย่างไม่มีเงื่อนไข (Unconditional satisfaction guarantee in writing)	
	77. เครื่องเป่าผม (Hair dryer)	
	78. เสื้อคลุมอาบน้ำ (Bathrobes)	
	79. ผ้าขนหนูอาบน้ำ (Plush/thick bath towels)	
	80. อ่างอาบน้ำขนาดใหญ่ (Larger than normal bathtub)	
	81. ยาสระผม (Shampoo)	
	82. แปรงสีฟันและ/หรือยาสี ฟัน (Toothbrush and/or toothpaste)	
	83. ยาดับกลิ่น (Deodorant)	
	84. หมวกอาบน้ำ (Shower cap)	



## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	85. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ แบรนด์ที่มีชื่อเสียง (Name brand amenities)	
	86. ชุดจักรเย็บผ้า (Sewing kit)	
	87. แปรงสีฟัน (Toothbrush holder)	
	88. ผงซักฟอกสำหรับเสื้อผ้าซัก มือ (Detergent to hand wash clothes)	
	89. โทรศัพท์ในห้องน้ำ (Additional phone in bathroom)	
	90. โทรทัศน์ในห้องน้ำ (Additional TV in bathroom)	
	91. ตู้เซฟในห้อง (In-room safe)	
	92. โคมเสียงเทอริในห้อง (In- room VCR)	
	93. มินิบาร์ในห้องพัก (In- room minibar)	
	94. ผ้าห่มเสริม (Extra blanket)	
	95. ความแน่นของที่นอน (Firmness of Mattress)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	96.การควบคุมอุณหภูมิในห้องพัก(In-room temperature control)	
	97.รีโมททีวี (Remote control TV)	
	98.เต้าเสียบเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย(Easily accessible electrical outlets)	
	99.กระจกยาวแบบเต็มตัว (Full-length mirror)	
	100.โทรศัพท์บนโต๊ะ (Phone on desk)	
	101.โทรศัพท์ที่เตียง (Phone by bed)	
	102.นาฬิกาปลุก (Alarm clock)	
	103.ความสามารถในการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ (Computer-link capability)	
	104.ห้องพักใกล้กับลิโอบบี้หรือชั้นล่าง (Room close to lobby or lower floor)	
	105.เครื่องชงกาแฟในห้องพัก (In-room coffee maker)	
	106.หมอนเสริม (Extra pillows)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	107. ในห้องมีที่รองรีดและเตารีด (In-room ironing board and iron)	
	108. ตู้เย็นในห้องพัก (In-room refrigerator)	
	109. ไมโครเวฟในห้องพัก (In-room microwave)	
	110. ห้องพักที่มีสีพาสเทล (Pastel-colored rooms)	
	111. ห้องพักที่มีสีที่เป็นกลาง (Neutral-colored rooms)	
	112. อ่างล้างจานแยกต่างหากอยู่นอกห้องน้ำ (Separate sink outside bathroom)	
	113. กระจกด้านนอกห้องน้ำแยกต่างหาก (Separate mirror outside bathroom)	
Xiao Han Xue, Carmen Cox/ เกณฑ์การเลือกเข้าพัก โรงแรมและระดับความพึง พอใจของนักเดินทางธุรกิจ ชาวจีน (2008)	1. ความสะดวกในการไปสถานีรถไฟ (Convenience to the railway station) 2. ความสะดวกในการไปสนามบิน (Convenience to the airport) 3. ความสะดวกของสถานที่ประชุม (Convenience to meeting site)	1. บริการส่วนหน้า (Front desk service) (5.56) 2. ภาพลักษณ์โรงแรม (Image) (5.46) 3. ระบบรักษาความปลอดภัย (Security) (5.46) 4. สิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป (Common facilities)

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	4. ความสะดวกในการไป ศูนย์กลางการค้า (Convenience to the commercial centre)	5. สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องน้ำ (Bathroom) (5.17)
	5. ชื่อเสียงที่ดี (Good reputation)	
	6. ความเงียบของบริเวณ โดยรอบ (Quietness of surrounding area)	
	7. ความสะดวกสบายของที่ นอนและหมอน (Comfortable mattress and pillows)	
	8. เครื่องปรับอากาศเงียบ (Quiet air-conditioning)	
	9. ความสะอาด (Cleanliness)	
	10. โทรศัพท์สายตรง (Direct dial telephone)	
	11. ทีวีผ่านดาวเทียม (Satellite TV)	
	12. พื้นที่ทำงานในห้องพัก (In- room work area)	
	13. การรักษาเฟอร์นิเจอร์ที่ดี (Well-maintain furnishings)	
	14. ความกว้างขวาง (Spaciousness)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	15. แสงสว่างที่เพียงพอสำหรับ การอ่าน/ การทำงาน (Adequate lighting for reading/working)	
	16. มินิบาร์ (Mini-bar)	
	17. ตู้เย็นขนาดเล็ก (Mini- refrigerator)	
	18. ตู้นิรภัย (Safety box)	
	19. เตารีดและที่รองรีด (Iron and board)	
	20. การควบคุมความร้อนและ แรงดันน้ำที่ดี (Good heat control and water pressure)	
	21. คุณภาพที่ดีของผ้าขนหนู อาบน้ำ (Good quality of bath/wash towels)	
	22. ความพร้อมของเสื้อคลุม อาบน้ำ (Availability of bath robe)	
	23. คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ ดูแลเส้นผมและร่างกาย (Good quality of hair/body care items)	
	24. ความกว้างขวางของ ห้องน้ำ (Spaciousness of bathroom)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	25. เครื่องเป่าผม (Hair dryer)	
	26. บริการจัดส่งอาหาร (Food delivery service)	
	27. บริการส่งข้อความเสียง (Voice message service)	
	28. รถบัสโรงแรมรับส่ง (Hotel shuttle bus)	
	29. อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet access)	
	30. หนังสือพิมพ์ฟรี (Free newspaper)	
	31. บริการโทรปลุก (Wake-up calls)	
	32. บริการซักรีด (Laundry service)	
	33. พนักงานที่เป็นมิตรและเป็นมืออาชีพ (Friendly and professional staff )	
	34. บริการที่มีประสิทธิภาพของแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Efficient service of front desk)	
	35. บริการจองห้องพักได้ง่าย (Easy reservation service)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	36. บริการเครื่องถ่ายเอกสาร (Photocopying service)	
	37. บริการส่งแฟกซ์ (Fax service)	
	38. ไม่คิดค่าบริการโทร ทางไกล (No surcharge on long distance calls)	
	39. โทรศัพท์ฟรีภายในท้องถิ่น (Free local telephone calls)	
	40. แสงสว่างบริเวณทางเดิน (Bright hallway lighting)	
	41. การเฝ้าระวัง (Surveillance)	
	42. มีพนักงานรักษาความ ปลอดภัย (Security personnel available)	
	43. การรักษาความปลอดภัย ห้องพัก (Room Security)	
	44. ที่จอดรถมีแสงสว่าง (Car park area lighting)	
	45. สระว่ายน้ำ (Swimming pool)	
	46. ห้องออกกำลังกาย (Gym)	
	47. ซาวน่า/ อบไอน้ำ (Sauna/ steam bath)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	48. นวด (Massage)	
	49. สนามเทนนิส (Tennis court)	
	50. ร้านเสริมสวย (Beauty salon)	
	51. บาร์ (Bar)	
	52. ห้องประชุม (Conference room)	
	53. ร้านขายของกระจุกกระจิก (Gift shop)	
	54. ห้องอาหาร (Restaurant)	
	55. ร้านกาแฟ (Coffee shop)	
	56. ศูนย์ธุรกิจ (Business center)	
	57. ชั้นเฉพาะผู้หญิง (Woman-only floor)	
	58. ชั้นปลอดบุหรี่ (Non-smoking floor)	
	59. แนะนำสายการบินที่ใช้บ่อยในโปรแกรมการเดินทาง (Frequent airline travel program)	
	60. แนะนำโปรแกรมของผู้เข้าพักที่ใช้บ่อย (Frequent guest program)	



ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
Ahmed Fawzy/ การเลือกที่พักของนัก เดินทางธุรกิจ : ศึกษา เปรียบเทียบโรงแรมระหว่าง ประเทศทั้งสองโรงแรม ใน กรุงไคโร (2010)	61. โปรแกรมรางวัล (Reward program)	
	1.ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ (Availability of business facilities on the premises)	โรงแรมระดับ 5 ดาว 1.ความแม่นยำในการโทรปลุก (Accuracy of wake up call) (4.94)
	2.สถานที่สำหรับการสนทนากับเพื่อนร่วมงาน (Place to meet for discussion with colleagues)	2.ความสะอาดของห้องพัก (Cleanliness of room) (4.92)
	3.บรรยากาศห่างจากแหล่งที่อยู่อาศัย (Home-away-from-home atmosphere)	3.ความสะดวกสบายของที่นอนและหมอน (Comfortable mattress and pillow) (4.92)
	4.ที่จอดรถปลอดภัย (Availability of secure parking)	4.คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Quality of food and beverage services) (4.91)
	5.สถานที่ตั้งของโรงแรมที่สะดวก (Convenient hotel location)	5.ความถูกต้องของการจัดการข้อความ (Accuracy of message handling) (4.91)
	6.ชื่อเสียงของโรงแรมที่ดี (Good hotel reputation)	โรงแรมระดับ 4 ดาว
7.ใช้สระว่ายน้ำได้ (Pool available)	1.การรักษาความปลอดภัยและความปลอดภัยของห้องพัก (Security and safety of room) (4.82) 2.คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ (Quality of bathroom facilities) (4.70)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	8. ชั่วโมงที่ยืดหยุ่นของการ อำนวยความสะดวกในการ บริการอาหารและเครื่องดื่ม (Flexible hours of opening- food and beverage facilities)	3. ความสะอาดของห้องพัก (Cleanliness of room) (4.68)
	9. บริการซักรีดและซักแห้ง (Laundry and dry cleaning service)	4. ประสิทธิภาพในการ check- in/out (Efficiency in check- in/out) (4.62)
	10. การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ของห้องออกกำลังกาย (Access to gym facilities)	5. คุณภาพของการบริการ อาหารและเครื่องดื่ม (Quality of food and beverage services) (4.61)
	11. ห้องว่างสำหรับพนักงาน เลขานุการ (Availability of secretarial staff)	
	12. สิ่งอำนวยความสะดวกการ แปล (Translating facilities)	
	13. สถานที่ช้อปปิ้ง (Shopping facilities)	
	14. โปรแกรมสำหรับคู่สมรสที่ วางแผนไว้ (Planned program for spouses)	
	15. การสนับสนุนการแพทย์ (Medical support)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	16.คุณภาพของการบริการ อาหารและเครื่องดื่ม (Quality of food and beverage services)	
	17.โรงแรมอยู่ในเครือข่าย ตัวแทนจำหน่าย (Hotel belongs to chain)	
	18.สถานที่น่าสนใจทาง วัฒนธรรมและสถานที่ ท่องเที่ยว (Cultural attractions and sightseeing)	
	19.ความพร้อมของการบริการ ข้อมูลการท่องเที่ยว(The availability of a tourist information desk)	
	20.การรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยของ ห้องพัก (Security and safety of room)	
	21.ความสะอาดของห้องพัก (Cleanliness of room)	
	22.สะดวกสบายของที่นอน และหมอน (Comfortable mattress and pillow)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	23.คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องน้ำ (Quality of bathroom facilities)	
	24.ระบบกันเสียงที่ดีระหว่างห้องพัก (Good soundproofing between bedrooms)	
	25.การตกแต่งห้องที่น่าสนใจ (Attractive decor, furnishings of room)	
	26.บริการห้องพัก (Room service available)	
	27.การเข้าถึงไปถึงห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก (In-room access to the room and facilities)	
	28.สัญลักษณ์ที่ชัดเจนไปยังห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Clear signs to the room and facilities)	
	29.พื้นที่ทำงานในห้องนอน (Work area in bedroom)	
	30.ห้องนอนขนาดกว้างขวาง (Spacious bedroom)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	31. ห้องนอนสำหรับผู้บริหาร (Executive bedrooms)	
	32. ห้อง/ พื้นที่ปลอดบุหรี่ (Non-smoking rooms/areas)	
	33. ราคาพิเศษหรือแพคเกจ รวม (Special rates or inclusive package available)	
	34. ราคาอาหาร (Competitive catering rates)	
	35. ความเต็มใจในการเจรจา ต่อรองราคา (Willingness to negotiate rates)	
	36. การชำระเงินรวดเร็วและ ถูกต้อง (Timely and accurate billing)	
	37. ประสิทธิภาพในการ check-in/out (Efficiency in check-in/out)	
	38. ความเป็นมิตรของพนักงาน (Friendliness of staff)	
	39. พนักงานคาน์เตอร์มี มารยาทดี (Couture, well- mannered staff)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	40.พนักงานใช้ภาษาอย่างคล่องแคล่ว (Language fluency)	
	41.ความสามารถของพนักงานในการจัดการกับการร้องขอของผู้เข้าพัก (Ability of staff in dealing with guests' requests)	
	42.ความกระตือรือร้นของพนักงาน (Enthusiasm of staff)	
	43.การจัดการข้อร้องเรียนด้วยความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic handling of complaints)	
	44.การให้บริการตามคำสั่ง (Services provided as ordered)	
	45.ความเรียบร้อยของพนักงาน (Neat appearance of staff)	
	46.ความเชื่อมั่นของพนักงาน (Confidence of staff)	

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ผู้ศึกษา/เรื่อง	ปัจจัยที่ศึกษา	ปัจจัยที่สำคัญที่สุด/ค่าเฉลี่ย
	47.บริการที่มีประสิทธิภาพ เพียงพอที่พนักงานเป็นครั้งแรก ที่ (Staff performing services adequately the first time)	
	48.ความถูกต้องของข้อมูลที่ให้ ไว้ (Accuracy of information provided)	
	49. ความถูกต้องของการ จัดการข้อความ (Accuracy of message handling)	
	50.ความแม่นยำในการโทร ปลุก (Accuracy of wake up call)	
	51.ตรงต่อเวลาการให้บริการ (Service punctuality)	

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกเข้าพักโรงแรมมากำหนดปัจจัยในการศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 2.2 ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิดปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ศึกษาได้เลือกปัจจัยที่ใช้ในการศึกษามาจากงานวิจัยที่มีแนวทางในการศึกษาในลักษณะที่คล้ายคลึงกับการศึกษาในครั้งนี้และจากแนวคิดด้านงานบริการของโรงแรม โดยมีปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 62 ปัจจัย

ตารางที่ 2.2 สรุปปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงศ์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
1. ภาพพจน์และ ชื่อเสียงของโรงแรม			✓	✓	✓		✓	✓	✓	
2. ความหลากหลาย ของประเภทห้องพัก			✓			✓				✓
3. ความเพียงพอ ของสิ่งอำนวยความสะดวก ในห้องพัก			✓		✓					
4. โรงแรมมีระบบรักษา ความปลอดภัย เช่น เวรยาม, อุปกรณ์ ดับเพลิง, ตู้เซฟ	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
5. ความหลากหลาย ของห้องอาหาร			✓		✓		✓		✓	✓
6. ความหลากหลาย ของรายการท่องเที่ยว			✓				✓		✓	✓
7. ความสะดวกของ เส้นทางในการเดินทาง สู่โรงแรม	✓		✓			✓	✓			
8. โรงแรมอยู่บริเวณใจ กลางเมือง			✓							
9. โรงแรมอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ	✓	✓	✓	✓						



ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงส์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
10. โรงแรมอยู่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยวยาม ราตรี			✓							
11. โรงแรมอยู่ใกล้ แหล่งจำหน่ายซื้อสินค้า			✓	✓				✓		
12. รูปแบบและการ วางแผนผังของโรงแรม			✓		✓					
13. ความสวยงามของ การตกแต่งล็อบบี้			✓							
14. ความสวยงามของ การตกแต่งห้องพัก			✓		✓					
15. การแสดงราคา ห้องพักอย่างชัดเจน		✓	✓	✓		✓				
16. ค่าห้องพักรวม อาหารเช้า			✓							
17. ความเหมาะสม ของราคาห้องพักเมื่อ เปรียบเทียบกับโรงแรม อื่นในระดับเดียวกัน		✓	✓							

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงส์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
18. ความเหมาะสม ของราคาห้องพักเมื่อ เปรียบเทียบกับสิ่ง อำนวยความสะดวกที่ ได้รับ			✓							
19. ความเหมาะสม ของราคาห้องพักเมื่อ เปรียบเทียบกับขนาด ห้องพัก			✓							
20. การวางมัดจำ ล่วงหน้าเมื่อทำการจอง ห้องพัก			✓							
21. ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือ มีค่าใช้จ่ายในอัตราที่ ต่ำสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ			✓							
22. โรงแรมมีการจัดทำ ราคาห้องพักพิเศษ สำหรับการพักระยะ ยาว		✓	✓							

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงส์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
23. โรงแรมมีการจัด โปรโมชั่นพิเศษ เช่น จอง 3 คืน ได้รับเพิ่ม 1 คืน			✓							
24. โรงแรมจัดห้องพัก ราคาพิเศษเมื่อจอง ผ่านตัวแทนหรือบริษัท			✓							
25. โรงแรมจัดห้องพัก ราคาพิเศษเมื่อจอง ผ่านเว็บไซต์			✓							
26. โรงแรมให้ส่วนลด กับบริษัทที่ตนทำงาน				✓						
27. โรงแรมมีส่วนลด จากการใช้บัตรเครดิต				✓						
28. โรงแรมมีการทำ บัตรสมาชิกเพื่อรับ ส่วนลดพิเศษ				✓		✓				
29. โรงแรมมีบริการ เสริมฟรีในระหว่างเข้าพัก เช่น อบไอน้ำ, ฟิต เนส, โยคะ			✓							

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงษ์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
30. โรงแรมมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วันคริสมาสต์, วันสงกรานต์			✓							
31. ความคาดหวังในความถูกต้องของพนักงานจองห้องพัก			✓							
32. ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน			✓							
33. ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอื่นนอกจากภาษาอังกฤษของพนักงาน			✓		✓				✓	
34. ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์		✓	✓							
35. ความสะดวกในการจองห้องพักทางเว็บไซต์		✓	✓							
36. ความสะดวกในการจองห้องพักทางอีเมล		✓	✓		✓					

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง									
	ธาวินี (2550)	พิชิต (2551)	สุธาสินี (2551)	กิตติ พงส์ (2552)	อร อนงค์ (2552)	พัชรา กร (2553)	Cihan (2003)	Xiao (2008)	Ahmed (2010)	บริการ ของ โรงแรม (2548)
37. ความสะดวกใน การจ่ายเงินค่ามัดจำ		✓	✓							
38. ความแม่นยำของ ระบบการจองห้องพัก			✓							✓
39. มีบริการ check- in/out เร็วหรือช้ากว่า เวลาปกติ	✓		✓		✓				✓	
40. โรงแรมได้การ รับรองมาตรฐาน เป็นที่ ยอมรับระดับสากล				✓						
41. โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบวงจร เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ภัตตาคารร้านอาหาร สินค้า				✓						
42. โรงแรมมีการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่าง ๆ	✓	✓		✓	✓	✓				
43. โรงแรมได้รับการ แนะนำจากบริษัทนำ เที่ยว				✓						





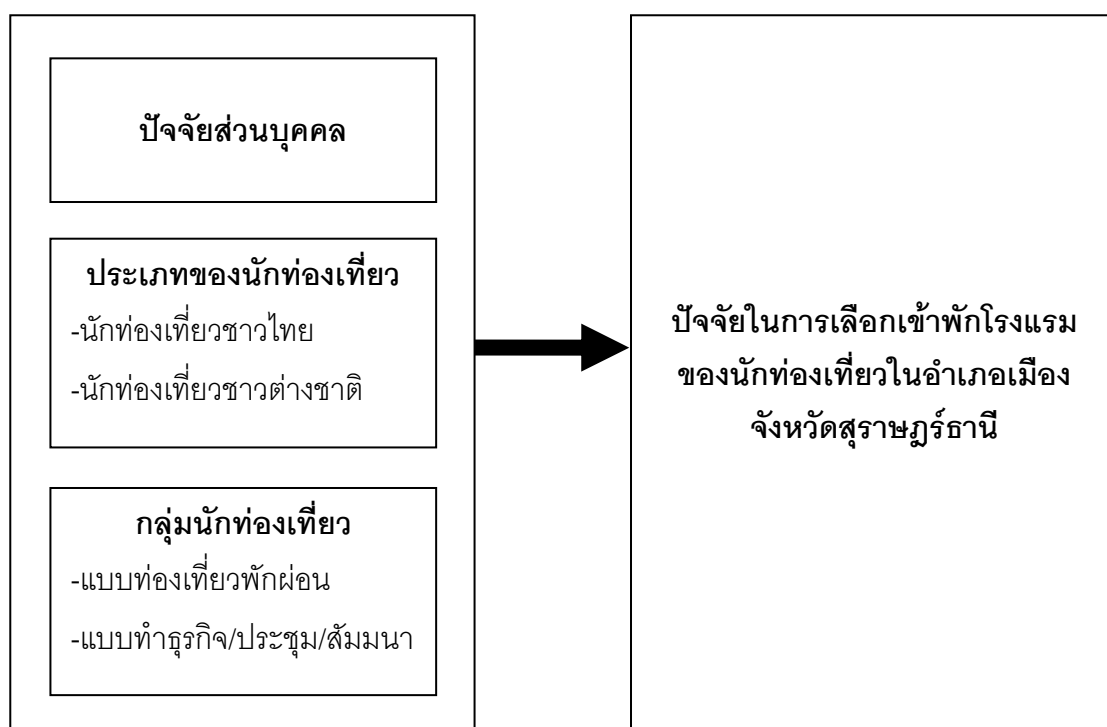
**หมายเหตุ**

- 1 = งานวิจัยของธาวินี ไชติสุวรรณกุล (2550)
- 2 = งานวิจัยของพิชิต กองศาสน (2551)
- 3 = งานวิจัยของสุธาสินี คำสำราญ (2551)
- 4 = งานวิจัยของกิตติพงษ์ เกียรติไชยากร (2552)
- 5 = งานวิจัยของอรอนงค์ ทองแท้ (2552)
- 6 = งานวิจัยของพัชรกร ชมพูนุช (2553)
- 7 = งานวิจัยของ Cihan Cobanoglu, Kadir Corbaci, Patric J. Moreo, Yuksel Ekinci (2003)
- 8 = งานวิจัยของ Xiao Han Xue, Carmen Cox (2008)
- 9 = งานวิจัยของ Ahmed Fawzy (2010)
- 10 = แนวคิดด้านงานบริการของโรงแรม (กรองทอง อัมวงษ์, 2548)



## 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้นำโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา

## 2.3 สมมติฐานของการวิจัย

2.3.1 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

2.3.2 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน

2.3.3 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีความแตกต่างกัน

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

#### (RESEARCH METHODOLOGY)

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยแบ่งตามสาระสำคัญดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Samples)
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Instrument of the Study)
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methods of data collection)
- 3.4 สถานที่ในการวิจัย (Location of the Study)
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)
- 3.6 ระยะเวลาในการวิจัย (Research Duration)

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population)

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพัก โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและ เพศหญิงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2555 ถึงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2555

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพัก โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่เนื่องจากประชากรมีกลุ่มใหญ่ไม่ทราบจำนวน ที่แน่นอน ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม 0.5

z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 95% (มีค่า 1.96)

e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05

แทนค่าในสมการ ได้ดังนี้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384$$

ดังนั้น จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 384 คน การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่ากับ 384 คน

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเพื่อกำหนดสัดส่วนตัวแทนประชากร

ผู้ศึกษาได้กำหนดอัตราส่วนกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบโควตา (quota sampling) ซึ่งเป็นการกำหนดสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่มไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดจากคุณสมบัติบางประการที่ต้องการเก็บข้อมูลตามสัดส่วนประชากร (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) จนได้ตัวแทนประชากรตามสัดส่วนครบ 384 คน กำหนดในอัตราส่วน 50 : 50 แบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อนและแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีจำนวนมากว่ามีอิทธิพลกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีจำนวนน้อยกว่า

#### ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบสัดส่วนเพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงแรม

ผู้ศึกษาเลือกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ในส่วนของการเก็บข้อมูลตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อนและแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ นั้น

จะเลือกเก็บจากกลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยจะทำการสอบถามข้อมูลขั้นต้นถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวก่อน เพื่อควบคุมจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้ได้ในอัตราส่วนที่กำหนด โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวบริเวณล็อบบี้ของโรงแรม

ในการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งขนาดของโรงแรมออกเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยใช้จำนวนห้องพักเป็นเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของโรงแรม ตามที่ นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2553) ได้อธิบายการกำหนดขนาดของโรงแรมไว้ว่าในห้องถิ่นที่โรงแรมส่วนใหญ่มีห้องพักไม่เกิน 400 ห้อง อาจแบ่งเป็น 3 กลุ่มกว้างๆ คือ

- 1) โรงแรมขนาดเล็ก (ต่ำกว่า 100 ห้อง)
- 2) โรงแรมขนาดกลาง (100-300 ห้อง)
- 3) โรงแรมขนาดใหญ่ (300 ห้องขึ้นไป)

และได้ทำการกำหนดจำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างโรงแรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งตามขนาดของโรงแรม จำนวน 42 โรงแรม ดังข้อมูลในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

โรงแรม	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	นักท่องเที่ยว ไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
<b>โรงแรมขนาดใหญ่</b>					
โรงแรมโดมอนด์พลาซ่า	408	11.7	45	23	22
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>11.7</b>	<b>45</b>	<b>23</b>	<b>22</b>
<b>โรงแรมขนาดกลาง</b>					
โรงแรมวังใต้	233	6.7	26	13	13
โรงแรมสยามธานี	215	6.1	24	12	12
โรงแรมบวรจบุรี	179	5.1	20	10	10
โรงแรม แกรนด์ เสาวลักษณ์	175	5	19	10	9
แกรนด์ ธารา	172	5	19	9	10
โรงแรมร้อยเกาะ	174	5	19	10	9
นิภา การ์เดน	162	4.6	18	9	9
โรงแรมไทยรุ่งเรือง	120	3.4	13	6	7
โรงแรมตาปี	110	3.1	12	6	6
โรงแรมเดอะ วัน	109	3.1	12	6	6
<b>รวม</b>	<b>1,649</b>	<b>47.1</b>	<b>182</b>	<b>91</b>	<b>91</b>
<b>โรงแรมขนาดเล็ก</b>					
โรงแรมเอส อาร์	78	2.2	8	4	4
โรงแรมแหลมทราย	76	2.3	8	4	4
โรงแรมเพลินเพชร	75	2.1	8	4	4
โรงแรม บี เจ	72	2.1	8	4	4
พวงส์แก้ว อพาร์ทเมนท์	71	2	8	4	4
โรงแรมปรีนเซสพาร์ค	70	2	8	4	4
แก้วสมุย รีสอร์ท	69	2	8	4	4
ปาล์ม การ์เดน รีสอร์ท	64	1.8	7	4	3

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โรงแรม	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	นักท่องเที่ยว ไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
โรงแรมริเวอร์วิว	64	1.8	7	3	4
เค อารี อพาร์ทเมนต์	62	1.8	7	4	3
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	60	1.7	7	3	4
มายเพลส	55	1.6	6	3	3
โรงแรมราชธานี	50	1.4	5	3	2
เมาเท่นวิวรีสอร์ทแอนด์ เรสเตอรอง	49	1.4	5	2	3
โรงแรมที เอช แมนชั่น	49	1.4	5	3	2
อินน์ ทาวน์	48	1.4	5	2	3
สุราษฎร์ แมนชั่น	45	1.3	5	3	2
โรงแรมศมาภรณ์	42	1.2	5	2	3
โรงแรมตาศิวรี รีสอร์ท	40	1.1	4	2	2
ชนเกษม แมนชั่น	40	1.2	5	3	2
รุ่งเรือง แมนชั่น	40	1.1	4	2	2
เศรษฐี แมนชั่น	36	1	4	2	2
แสงระวี อพาร์ทเมนต์	33	0.9	3	1	2
เหรียญชัย เพลส	30	0.9	3	2	1
โรงแรม บุรี รีสอร์ท	28	0.8	3	1	2
ไดมอนด์ แมนชั่น	28	0.8	3	2	1
โรงแรมเสรี	20	0.6	2	1	1
การุณ เกสต์เฮ้าส์	16	0.5	2	1	1
โรงแรมบ้านดอน	15	0.4	2	1	1

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โรงแรม	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	นักท่องเที่ยว ไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
เว็อนหลวง รีสอร์ท	8	0.2	1	1	0
เดอะ ปาร์ค รีสอร์ท	7	0.2	1	0	1
รวม	1,440	41.2	157	79	78
รวมทั้งหมด	3,497	100	384	192	192

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Instrument of the Study)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 384 ชุด ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ลักษณะของคำถามเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกหลายตัวเลือก (multiple choices) จำนวน 8 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการวัดระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม จำนวน 62 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามหลักของ Likert หรือ The Likert Scale) ซึ่งได้แก่

- 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง สำคัญมาก
- 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง สำคัญน้อย
- 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะในการเลือกเข้าพักโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามดังกล่าวจะนำไปทดสอบก่อน (Pretest) กับนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 60 ราย แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 30 ราย

และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 30 ราย เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจคำถามทุกข้อ หากมีปัญหาหรือข้อบกพร่องใดจะได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องดีขึ้น หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วมาใช้กับสถานการณ์จริง

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ในการศึกษาครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการนำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น ไปทำการสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยว โดยวิธีการเก็บข้อมูลจะเลือกเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มีความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม ณ โรงแรม 3 ขนาดในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่นักท่องเที่ยวเข้ามาพักในระหว่างวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2555 ถึงวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2555 จนครบจำนวน 384 คน คือ 1) โรงแรมขนาดเล็ก (ต่ำกว่า 100 ห้อง) 2) โรงแรมขนาดกลาง (100-300 ห้อง) 3) โรงแรมขนาดใหญ่ (300 ห้องขึ้นไป) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3.1 แล้วนำมาทำการจัดหมวดหมู่เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3.4 สถานที่ในการวิจัย (Location of the Study)

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในครั้งนี้ คือ โรงแรมจำนวน 42 แห่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่

1. โรงแรม บี เจ
2. โรงแรมบ้านดอน
3. บางใหญ่บุรี รีสอร์ท
4. โรงแรมบรรจงบุรี
5. ชนเกษม แมนชั่น
6. ไดมอนด์ แมนชั่น
7. โรงแรมไดมอนด์พลาซ่า
8. โรงแรม แกรนด์ เสาวลักษณ์
9. แกรนด์ ธารา
10. อินน์ ทาวน์



11. การรูดน เกสเข้าส์
12. แก้วสมุย วีส์ออร์ท
13. เค อาร์ท อพาร์ทเมนท์
14. โรงแรมแหลมทราย
15. เมกาเพ้นวิวีวีส์ออร์ทแอนด์เรสเตอรอง
16. มายเพลส
17. นิภา การ์เดน
18. ปาล์ม การ์เดน วีส์ออร์ท
19. โรงแรมเพลินเพชร
20. พงษ์แก้ว อพาร์ทเมนท์
21. โรงแรมปรีนเซสพาร์ค
22. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
23. โรงแรมราชธานี
24. เจริญชัย เพลส
25. โรงแรมริเวอร์วิว
26. โรงแรมร้อยเกาะ
27. เรือนหลวง วีส์ออร์ท
28. รุ่งเรือง แมนชั่น
29. แสงวี อพาร์ทเมนท์
30. โรงแรมศมาภรณ์
31. โรงแรมเสวี
32. โรงแรมสยามธานี
33. โรงแรมเอส อาร์ท
34. เศรษฐี แมนชั่น
35. สุราษฎร์ แมนชั่น
36. โรงแรมตาปี
37. โรงแรมตาปี ริเวอร์ไซด์
38. โรงแรมไทยรุ่งเรือง
39. โรงแรมทีเคช แมนชั่น

40. เดอะวัน
41. เดอะปาร์ค รีสอร์ท
42. โรงแรมวังใต้

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุราษฎร์ธานี, 2554)

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

1. เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วผู้ศึกษาได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา หากแบบสอบถามมีส่วนที่ยังตอบไม่ครบถ้วนผู้ศึกษาจะทำการสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามในขณะรับคืนแบบสอบถามเพื่อให้แบบสอบถามมีความครบถ้วนสมบูรณ์

2. นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for WINDOWS)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติดังนี้

3.1 ในการศึกษาปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดจำแนกกลุ่มตัวแปรโดยลดจำนวนตัวแปรโดยการรวมตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว และเพื่อนำปัจจัยดังกล่าวไปเป็นตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 62 ปัจจัย การใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ในการศึกษาครั้งนี้มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ขั้นที่ 1 ตรวจสอบว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล หากค่าสถิติที่ได้มีค่ามากกว่า .50 และเข้าใกล้ 1 จึงถือว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

ขั้นที่ 2 สกัดปัจจัยโดยการหาจำนวนปัจจัยที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัว โดยวิธี Principal Component Analysis หรือ PCA ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุดและ

เป็นวิธีการดึงรายละเอียดจากตัวแปรมาไว้ในปัจจัย โดยพิจารณาว่าควรมีตัวแปรใดบ้างอยู่ในปัจจัยเดียวกัน เมื่อสกัดปัจจัยแล้ว จะทำการจัดตัวแปรแต่ละตัวว่าควรอยู่ในปัจจัยใด โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คือ หากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1) ในปัจจัยหนึ่ง และมีค่าน้อย (เข้าสู่ศูนย์) ในปัจจัยอื่นๆ จะจัดให้ตัวแปรนั้นอยู่ในปัจจัยที่ทำให้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่ามาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

สำหรับเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) Joseph F. Hair, JR และคณะ (1998) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) โดยจะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป โดยสามารถแปลผลได้ดังนี้ คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เท่ากับ .30 หมายถึง แสดงค่าในระดับต่ำ, ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เท่ากับ .40 หมายถึง แสดงค่าในระดับพอใช้ และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เท่ากับ .50 หมายถึง แสดงค่าในระดับดี และวียะดา ตันวัฒนากุล (2546) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ไว้ว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ควรมีค่ามากกว่า .30 ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จึงจะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป

ขั้นที่ 3 หมุนแกนปัจจัยในกรณีที่ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่ากลางๆ ไม่สามารถจัดตัวแปรว่าควรจัดอยู่ในปัจจัยใดได้ เพื่อให้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรมีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนทำให้ทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด หรือไม่ควรอยู่ในปัจจัยใด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

3.2 ในการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการทดสอบที (t-test) สำหรับข้อมูลตัวอย่าง 2 ชุด และใช้สถิติการทดสอบเอฟ (F-test) หรือ Oneway ANOVA สำหรับข้อมูลตัวอย่าง 3 ชุดขึ้นไป ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญโดยหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ก็จะทำกรวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.3 ในการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวใช้สถิติการทดสอบที (t-test) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญซึ่งเป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของลักษณะที่สนใจของ 2 ประชากรว่าแตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลตัวอย่าง 2 ชุด สุ่มจากประชากรทั้งสองอย่างเป็นอิสระกัน โดยตัวแปรต้นเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มและตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) โดยการวิเคราะห์ครั้งที่ 1 จะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การวิเคราะห์ครั้งที่ 2 จะเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers)

### 3.6 ระยะเวลาในการวิจัย (Research Duration)

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2554 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2555 ดังแสดงในตารางที่ 3.2

**ตารางที่ 3.2** ตารางแสดงระยะเวลาการศึกษาอิสระเรื่อง ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้า  
พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กิจกรรม	ภาคการศึกษาที่ 2/2554			ภาคการศึกษาที่ 3/2554	
	ต.ค.54	พ.ย.54	ธ.ค.54	ม.ค.55	ก.พ.55
<b>1. การเตรียมการ</b>					
1.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔				
1.2 การติดต่อหน่วยงานและรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น		↔			
1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		↔			
1.4 ทดสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย			↔		
<b>2. การเก็บข้อมูล</b>					
2.1 แจกแบบสอบถาม					↔
2.2 เก็บรวบรวมแบบสอบถาม					↔
<b>3. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล</b>					
3.1 ประมวลผลข้อมูล					↔
3.2 วิเคราะห์และแปลผลข้อมูล					↔
<b>4. สรุป อภิปรายผล เขียนรายงาน</b>					
4.1 สรุป อภิปรายผล					↔
4.2 เขียนรายงาน					↔

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์ (RESULTS AND DISCUSSION)

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน โดยนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- 4.1 กลุ่มของนักท่องเที่ยว
- 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 กลุ่มของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจข้อมูลในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มประชากร คือ กลุ่มของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมแบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และแบ่งตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อนและแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ โดยแสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	192	50.00
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	192	50.00
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.1 ได้แสดงข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50

**ตารางที่ 4.2** จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว

กลุ่มของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน	199	51.80
นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ	185	48.20
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.2 ได้แสดงข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 และนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20

#### 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่ แสดงรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 4.3** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ประเภท	กลุ่ม	เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	ชาย	16	42.10
		หญิง	22	57.90
		รวม	38	100.00

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่ม	เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ชาย	83	53.90
		หญิง	71	46.10
		รวม	154	100.00
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	ชาย	108	67.10
		หญิง	53	32.90
		รวม	161	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ชาย	27	87.10
		หญิง	4	12.9
		รวม	31	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจ เป็นเพศชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 เป็นเพศชาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 67.10 เป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจ เป็นเพศชาย จำนวน 27 คน คิดเป็น ร้อยละ 87.10 เป็นเพศหญิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ประเภท	กลุ่ม	อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	15-21 ปี	1	2.60
		21-30 ปี	11	28.90
		31-40 ปี	14	36.80
		41-50 ปี	5	13.20
		51-60 ปี	6	15.80



ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่ม	อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
		มากกว่า 60 ปี	1	2.60
		รวม	38	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	15-21 ปี	1	0.60
		21-30 ปี	62	40.30
		31-40 ปี	61	39.60
		41-50 ปี	16	10.40
		51-60 ปี	14	9.10
		มากกว่า 60 ปี	0	0.00
		รวม	154	100.00
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	15-21 ปี	5	3.10
		21-30 ปี	36	22.40
		31-40 ปี	34	21.10
		41-50 ปี	37	23.00
		51-60 ปี	35	21.70
		มากกว่า 60 ปี	14	8.70
		รวม	161	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	15-21 ปี	0	0.00
		21-30 ปี	6	19.40
		31-40 ปี	14	45.20
		41-50 ปี	9	29.00
		51-60 ปี	2	6.50
		มากกว่า 60 ปี	0	0.00
		รวม	31	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน อายุ 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมามีอายุ 21-30 ปีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 อายุ 51-60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 อายุ 15-21 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 และอายุมากกว่า 60 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจ อายุ 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 62 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมามีอายุ 31-40 ปีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 อายุ 41-50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 อายุ 51-60 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 อายุ 15-21 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน อายุ 41-50 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมามีอายุ 21-30 ปีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 อายุ 51-60 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 และอายุ 15-21 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจ อายุ 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมามีอายุ 41-50 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 อายุ 21-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และอายุ 51-60 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

ประเภท	กลุ่ม	สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	โสด	16	42.10
		สมรส	19	50.00
		แยกกันอยู่	3	7.90
		รวม	38	100.00
ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา		โสด	74	48.10
		สมรส	72	46.80
		แยกกันอยู่	8	5.20
		รวม	154	100.00

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่ม	สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	โสด	73	45.30
		สมรส	72	44.70
		แยกกันอยู่	16	9.90
		รวม	161	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	โสด	15	48.40
		สมรส	16	51.60
		แยกกันอยู่	0	0.00
		รวม	31	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีสถานภาพสมรสมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีโสดมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 48.10 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 ส่วนสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ประเภท	กลุ่ม	ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ	
ไทย	ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	15.80	
		ปริญญาตรี	27	71.10	
		สูงกว่าปริญญาตรี	5	13.20	
		รวม	38	100.00	
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	3.20	
		ปริญญาตรี	131	85.10	
		สูงกว่าปริญญาตรี	18	11.70	
		รวม	154	100.00	
	ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	15.50
			ปริญญาตรี	123	76.40
			สูงกว่าปริญญาตรี	13	8.10
			รวม	161	100.00
ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	3.20	
		ปริญญาตรี	24	77.40	
		สูงกว่าปริญญาตรี	6	19.40	
		รวม	31	100.00	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 71.10 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 85.10 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยว

พัก่อนที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20

#### ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ประเภท	กลุ่ม	อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	47.40
		ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	10	26.30
		ธุรกิจส่วนตัว	9	23.70
		อื่นๆ	1	2.60
		รวม	38	100.00
	สัมมนา	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	67	43.50
		ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	69	44.80
		ธุรกิจส่วนตัว	17	11.00
		อื่นๆ	1	0.60
		รวม	154	100.00
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	18.00
		ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	68	42.20
		ธุรกิจส่วนตัว	58	36.00
		อื่นๆ	6	3.70
		รวม	161	100.00

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่ม	อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่างชาติ	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	22.60
		ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	8	25.80
		ธุรกิจส่วนตัว	16	51.60
		อื่นๆ	0	0.00
		รวม	31	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมามีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมามีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจที่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมามีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และมีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อปี

ประเภท	กลุ่ม	รายได้ต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	ไม่เกิน 120,000 บาท	2	5.30
		120,001-240,000 บาท	17	44.70
		240,001-360,000 บาท	11	28.90
		360,001-480,000 บาท	6	15.80
		480,001 บาทขึ้นไป	2	5.30
		รวม	8	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ไม่เกิน 120,000 บาท	16	10.40
		120,001-240,000 บาท	76	49.40
		240,001-360,000 บาท	31	20.10
		360,001-480,000 บาท	20	13.00
		480,001 บาทขึ้นไป	11	7.10
รวม		154	100.00	
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	ไม่เกิน \$ 4,000	2	1.20
		\$ 4,001- \$ 8,000	18	11.20
		\$ 8,001- \$ 12,000	25	15.50
		\$ 12,001- \$ 16,000	49	30.40
		\$ 16,001 ขึ้นไป	67	41.60
		รวม	161	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ไม่เกิน \$ 4,000	0	0.00
		\$ 4,001- \$ 8,000	1	3.20
		\$ 8,001- \$ 12,000	0	0.00
		\$ 12,001- \$ 16,000	7	22.60
		\$ 16,001 ขึ้นไป	23	74.20
รวม		31	100.00	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 121,000-240,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 240,001-360,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 360,001-480,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วงไม่เกิน 120,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 480,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 120,001-240,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 240,001-360,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 360,001-480,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วงไม่เกิน 120,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง 480,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 16,001 ขึ้นไป (480,001 บาท ขึ้นไป) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 12,001- \$ 16,000 (360,001-480,000 บาท) จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 8,001- \$ 12,000 (240,001-360,000 บาท) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 4,001- \$ 8,000 (120,001-240,000 บาท) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง ไม่เกิน \$ 4,000 (ไม่เกิน 120,000 บาท) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 16,001 ขึ้นไป (480,001 บาท ขึ้นไป) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 74.20 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 12,001- \$ 16,000 (360,001-480,000 บาท) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง \$ 4,001- \$ 8,000 (120,001-240,000 บาท) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ในช่วง ไม่เกิน \$ 4,000 (ไม่เกิน 120,000 บาท) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน

ประเภท	กลุ่ม	ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	ท่องเที่ยว	ภาคกลาง	12	31.60
		ภาคเหนือ	3	7.90
		ภาคตะวันออก	3	7.90
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	2.60
		ภาคใต้	19	50.00
		รวม	38	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ภาคกลาง	26	16.90
		ภาคเหนือ	2	1.30
		ภาคตะวันออก	0	0.00
		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.60
		ภาคใต้	125	81.20
รวม	154	100.00		
ต่างชาติ	ท่องเที่ยว	ยุโรป	56	34.80
		ตะวันออกกลาง	18	11.20
		อเมริกา	34	21.10
		เอเชีย	51	31.70
		อื่นๆ	2	1.20
		รวม	161	100.00
	ทำธุรกิจ/ประชุม/ สัมมนา	ยุโรป	5	16.10
		ตะวันออกกลาง	1	3.20
		อเมริกา	1	3.20
		เอเชีย	24	77.40
		อื่นๆ	0	0.00
รวม	31	100.00		

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคใต้มีจำนวนมากที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคเหนือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคตะวันออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 และมีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคใต้มีจำนวนมากที่สุดจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 81.20 รองลงมาที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคกลาง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคเหนือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และมีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกลุ่มประเทศแถบยุโรปจำนวนมากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบอเมริกา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.20 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติกลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกลุ่มประเทศแถบเอเชียมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 77.40 รองลงมาที่มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบยุโรปจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 มีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบอเมริกา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และมีถิ่นที่อยู่ปัจจุบันในกลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

#### 4.3 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว และเพื่อลดจำนวนตัวแปรโดยการรวมตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน และนำปัจจัยดังกล่าวไปเป็นตัวแปรสำหรับการทดสอบสมมติฐานต่อไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 62 ปัจจัย โดยใช้

คะแนนระดับความสำคัญในการเลือกเข้าพักโรงแรมในแต่ละปัจจัย เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามหลักของ Likert หรือ The Likert Scale) ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 62 ปัจจัย

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$ ไทย	$\bar{X}$ ต่างชาติ	$\bar{X}$ พักผ่อน	$\bar{X}$ ธุรกิจ	$\bar{X}$ รวม	ระดับ ความสำคัญ
1.	ภาพพจน์และชื่อเสียงของ โรงแรม	3.56	3.28	3.38	3.46	3.42	มาก
2.	ความหลากหลายของ ประเภทห้องพัก	3.64	3.31	3.39	3.57	3.47	มาก
3.	ความเพียงพอของสิ่ง อำนวยความสะดวกใน ห้องพัก	4.02	3.41	3.56	3.88	3.71	มาก
4.	โรงแรมมีระบบความ ปลอดภัย เช่น เวนยาม, อุปกรณ์ดับเพลิง, ตู้เซฟ	4.13	3.42	3.54	4.02	3.77	มาก
5.	ความหลากหลายของ ห้องอาหาร	3.28	2.69	2.77	3.21	2.98	ปานกลาง
6.	ความหลากหลายของ รายการท่องเที่ยว	2.95	2.10	2.44	2.62	2.53	น้อย

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$ ไทย	$\bar{X}$ ต่างชาติ	$\bar{X}$ พักผ่อน	$\bar{X}$ ธุรกิจ	$\bar{X}$ รวม	ระดับ ความสำคัญ
7.	ความสะดวกของเส้นทาง ในการเดินทางสู่โรงแรม	4.25	3.03	3.31	3.99	3.64	มาก
8.	โรงแรมอยู่บริเวณ ศูนย์กลางการท่องเที่ยว	3.43	3.33	3.51	3.24	3.38	ปานกลาง
9.	โรงแรมอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ	3.33	2.68	2.96	3.05	3.01	ปานกลาง
10.	โรงแรมอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยวยามราตรี	3.35	3.01	3.12	3.24	3.18	ปานกลาง
11.	โรงแรมอยู่ใกล้แหล่ง จับจ่ายซื้อสินค้า	3.68	2.76	2.98	3.46	3.22	ปานกลาง
12.	รูปแบบและการวาง แผนผังของโรงแรม	2.78	2.39	2.55	2.62	2.58	น้อย
13.	ความสวยงามของการ ตกแต่งล็อบบี้	3.39	2.61	2.75	3.27	3.00	ปานกลาง
14.	ความสวยงามของการ ตกแต่งห้องพัก	3.59	3.14	3.28	3.46	3.37	ปานกลาง
15.	การแสดงราคาห้องพัก อย่างชัดเจน	3.91	3.44	3.56	3.79	3.67	มาก
16.	ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า	3.79	3.09	3.31	3.58	3.44	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$ ไทย	$\bar{X}$ ต่างชาติ	$\bar{X}$ พักผ่อน	$\bar{X}$ ธุรกิจ	$\bar{X}$ รวม	ระดับ ความสำคัญ
17.	ความเหมาะสมของราคา ห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับ โรงแรมอื่นในระดับ เดียวกัน	3.83	3.39	3.50	3.72	3.61	มาก
18.	ความเหมาะสมของราคา ห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกที่ได้รับ	3.81	3.41	3.51	3.72	3.61	มาก
19.	ความเหมาะสมของราคา ห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับ ขนาดห้องพัก	3.67	2.71	2.99	3.41	3.19	ปานกลาง
20.	การวางมัดจำล่วงหน้า เมื่อทำการจองห้องพัก	3.03	2.49	2.62	2.92	2.76	ปานกลาง
21.	ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมี ค่าใช้จ่ายในอัตราที่ต่ำ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกและค่าบริการ	3.73	2.83	3.01	3.57	3.28	ปานกลาง
22.	โรงแรมมีการจัดทำราคา ห้องพักพิเศษสำหรับการ พักระยะยาว	3.05	3.41	3.43	3.02	3.23	ปานกลาง
23.	โรงแรมมีการจัดโปรโมชั่น พิเศษ เช่น จอง 3 คืน ได้รับเพิ่ม 1 คืน	3.14	2.75	2.92	2.97	2.95	ปานกลาง
24.	โรงแรมจัดห้องพักราคา พิเศษเมื่อจองผ่าน ตัวแทนหรือบริษัท	3.02	2.51	2.69	2.84	2.76	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$ ไทย	$\bar{X}$ ต่างชาติ	$\bar{X}$ พักผ่อน	$\bar{X}$ ธุรกิจ	$\bar{X}$ รวม	ระดับ ความสำคัญ
25.	โรงแรมจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านเว็บไซต์	3.27	2.63	2.75	3.16	2.95	ปานกลาง
26.	โรงแรมให้ส่วนลดกับบริษัทที่ตนทำงาน	3.77	2.29	2.45	3.64	3.03	ปานกลาง
27.	โรงแรมมีส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิต	3.40	2.42	2.57	3.27	2.91	ปานกลาง
28.	โรงแรมมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดพิเศษ	3.40	2.12	2.40	3.15	2.76	ปานกลาง
29.	โรงแรมมีบริการเสริมฟรีในระหว่างเข้าพัก เช่น อาหารเช้า, ฟิตเนส, โยคะ	3.09	2.44	2.70	2.84	2.77	ปานกลาง
30.	โรงแรมมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วันคริสมาสต์, วันสงกรานต์	2.46	2.08	2.27	2.26	2.27	น้อย
31.	ความคาดหวังใน ความถูกต้องของ พนักงานจองห้องพัก	3.69	3.39	3.43	3.66	3.54	มาก
32.	ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน	2.23	3.49	3.42	2.27	2.86	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$ ไทย	$\bar{X}$ ต่างชาติ	$\bar{X}$ พักผ่อน	$\bar{X}$ ธุรกิจ	$\bar{X}$ รวม	ระดับ ความสำคัญ
33.	ความคาดหวังในการ สื่อสารภาษาอื่นนอกจาก ภาษาอังกฤษของพนักงาน	2.52	2.53	2.54	2.51	2.52	น้อย
34.	ความสะดวกในการจอง ห้องพักทางโทรศัพท์	3.81	3.11	3.21	3.74	3.46	มาก
35.	ความสะดวกในการจอง ห้องพักทางเว็บไซต์	3.69	3.12	3.17	3.66	3.41	มาก
36.	ความสะดวกในการจอง ห้องพักทางอีเมล	3.52	3.12	3.15	3.50	3.32	ปานกลาง
37.	ความสะดวกในการจ่ายเงิน ค่ามัดจำ	3.68	2.82	2.90	3.63	3.25	ปานกลาง
38.	ความแม่นยำของระบบการ จองห้องพัก	4.04	3.37	3.51	3.91	3.70	มาก
39.	มีบริการ check-in/out เร็ว หรือช้ากว่าเวลาปกติ	3.66	2.81	2.94	3.55	3.23	ปานกลาง
40.	โรงแรมได้รับการรับรอง มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ระดับสากล	3.10	2.85	2.97	2.99	2.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	ระดับ ความสำคัญ
		ไทย	ต่างชาติ	พักผ่อน	ธุรกิจ	รวม	
41.	โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบ วงจร เช่น สถานที่ออก กำลังกาย สถานที่บันเทิง ภัตตาคารร้านอาหาร	3.34	2.56	2.77	3.14	2.95	ปานกลาง
42.	โรงแรมมีการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.13	2.37	2.60	2.90	2.75	ปานกลาง
43.	โรงแรมได้รับการแนะนำ จากบริษัทนำเที่ยว	2.65	2.14	2.40	2.38	2.39	น้อย
44.	โรงแรมมีบริการซักอบรีด	3.17	2.94	3.02	3.09	3.05	ปานกลาง
45.	โรงแรมมีบริการเช่ารถ	2.55	2.86	3.02	2.37	2.71	ปานกลาง
46.	โรงแรมมีบริการรถรับส่ง	3.40	3.10	3.25	3.25	3.25	ปานกลาง
47.	โรงแรมมีบริการรถ สาธารณะผ่าน	3.48	3.18	3.26	3.41	3.33	ปานกลาง
48.	โรงแรมมีบริการด้านการ จัดเลี้ยง	2.84	2.25	2.46	2.63	2.54	น้อย
49.	โรงแรมมีบริการรับ แลกเปลี่ยนเงินตรา	2.27	2.65	2.57	2.33	2.48	น้อย
50.	โรงแรมมีบริการสอบถาม ข่าวสารข้อมูล	2.95	3.17	3.20	2.91	3.06	ปานกลาง
51.	โรงแรมมีบริการโทรศัพท์	3.25	2.49	2.63	3.13	2.87	ปานกลาง



ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	$\bar{X}$	ระดับ ความสำคัญ
		ไทย	ต่างชาติ	พักผ่อน	ธุรกิจ	รวม	
52.	โรงแรมมีบริการร้านเสริมสวย	2.69	2.24	2.41	2.53	2.47	น้อย
53.	โรงแรมมีบริการที่จอดรถ	3.70	3.01	3.14	3.58	3.35	ปานกลาง
54.	โรงแรมมีบริการรับฝากกระเป๋าและสัมภาระ	3.35	2.68	2.77	3.28	3.02	ปานกลาง
55.	โรงแรมมีบริการรักษาพยาบาล	2.94	2.34	2.39	2.91	2.64	ปานกลาง
56.	โรงแรมมีบริการด้านไปรษณีย์	2.44	2.38	2.38	2.44	2.41	น้อย
57.	โรงแรมมีบริการรับฝากของมีค่า	2.86	2.55	2.57	2.85	2.71	ปานกลาง
58.	โรงแรมมีบริการรับเลี้ยงเด็ก	1.63	1.69	1.71	1.61	1.66	น้อยที่สุด
59.	โรงแรมมีบริการรับแจ้งปลุก	2.68	1.93	1.95	2.67	2.30	น้อย
60.	โรงแรมมีบริการรับฝากข่าวสารข้อมูล	2.54	1.86	1.92	2.50	2.20	น้อย
61.	โรงแรมมีการให้บริการด้านเลขานุการ	2.29	1.74	1.69	2.36	2.01	น้อย
62.	โรงแรมมีบริการรับซ่อมและทำความสะอาดรองเท้า	2.44	1.70	1.68	2.50	2.07	น้อย
	รวม	3.23	2.74	2.86	3.12	2.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ทั้ง 62 ปัจจัย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 192 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 192 คน ในการเลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด สุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ตารางที่ 4.11 สรุปปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ชื่อปัจจัย	EV <sub>a</sub>	PV <sub>b</sub>	CV <sub>c</sub>	ตัวแปร	Factor Loading <sub>d</sub>
1. บริการ	21.49	34.66	34.66	โรงแรมมีบริการรักษาพยาบาล	.802
				โรงแรมมีบริการด้านไปรษณีย์	.789
				โรงแรมมีการให้บริการด้านเลขานุการ	.774
				โรงแรมมีบริการรับเลี้ยงเด็ก	.736
				โรงแรมมีบริการรับซ่อมและทำความสะอาด	.714
				สะอาดรองเท้า	
				โรงแรมมีบริการรับฝากของมีค่า	.771
				โรงแรมมีบริการรับแจ้งปลุก	.690
				โรงแรมมีบริการรับฝากกระเป๋าและสัมภาระ	.660
				โรงแรมมีบริการด้านการจัดเลี้ยง	.625
				โรงแรมมีบริการรับฝากข่าวสารข้อมูล	.609
โรงแรมมีบริการโทรศัพท์	.471				
2. บริการเสริม	5.37	8.66	43.32	โรงแรมมีบริการเสริมฟรีในระหว่างเข้าพัก เช่น อบไอน้ำ, ฟิตเนส, โยคะ	.810
				โรงแรมมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วันคริสมาสต์, วันสงกรานต์	.747

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ชื่อปัจจัย	EV <sub>a</sub>	PV <sub>b</sub>	CV <sub>c</sub>	ตัวแปร	Factor Loading <sub>d</sub>
2. บริการเสริม (ต่อ)				โรงแรมได้รับการแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	.666
				ความหลากหลายของรายการห้องพักเที่ยว	.647
3.ราคา	3.71	5.99	49.31	ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ	.851
				ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน	.821
				การแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจน	.772
				โรงแรมมีส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิต	.570
4. ระบบการจองห้องพัก	2.98	4.78	54.11	ความสะดวกในการจองห้องพักทางเว็บไซต์	.762
				ความสะดวกในการจองห้องพักทางอีเมล	.739
				ความสะดวกในการจ่ายเงินค่ามัดจำ	.659
5. การคมนาคม	2.81	4.54	58.64	โรงแรมมีบริการรถรับส่ง	.773
				โรงแรมมีบริการเช่ารถ	.625
				โรงแรมมีบริการรถสาธารณะผ่าน	.583
6. การติดต่อสื่อสาร	1.96	3.16	61.80	ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน	.808
				โรงแรมมีบริการสอบถามข่าวสารข้อมูล	.459

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ข้อบ่งชี้	EV <sub>a</sub>	PV <sub>b</sub>	CV <sub>c</sub>	ตัวแปร	Factor Loading <sub>d</sub>
6. การติดต่อสื่อสาร (ต่อ)				ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอื่นนอกจากภาษาอังกฤษของพนักงาน	.432
7. ห้องพัก	1.67	2.69	64.50	ความหลากหลายของประเภทห้องพัก	.801
				ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	.647
8. โปรโมชันสำหรับการจองห้องพัก	1.57	2.54	67.03	โรงแรมมีการจัดโปรโมชันพิเศษ เช่น จอง 3 คืน ได้รับเพิ่ม 1 คืน	.802
				โรงแรมจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านตัวแทนหรือบริษัท	.671
				โรงแรมมีการจัดทำราคาห้องพักพิเศษสำหรับการพักระยะยาว	.580
				โรงแรมจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านเว็บไซต์	.558
9. สถานที่ตั้ง	1.18	1.90	68.93	โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี	.789
				โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	.610
				โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งจ่ายซื้อสินค้า	.568
				โรงแรมอยู่บริเวณศูนย์กลางการท่องเที่ยว	.505
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) <sub>e</sub> = .932					

- หมายเหตุ
- a : Eigenvalues หมายถึง ค่าความผันแปรหรือความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดยปัจจัย หรือ Eigenvalues คือ ผลบวกของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ยกกำลังสองของแต่ละตัวแปรในปัจจัยหนึ่งๆ
  - b : Percent of Variance หมายถึง เปอร์เซนต์ที่แต่ละปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรได้
  - c : Commulative Variance หมายถึง ผลบวกสะสมของ Percent of Variance
  - d : Factor Loading หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบหรือค่าที่ใช้พิจารณาว่าควรมีตัวแปรใดบ้างที่ควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน
  - e : KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) หมายถึง สถิติทดสอบที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลโดยหาค่า KMO ที่ได้มีค่ามากกว่า .50 และเข้าใกล้ 1 จึงถือว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลจากการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีค่า KMO เท่ากับ .932 ซึ่งมากกว่า .50 และเข้าสู่ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้จากการวิเคราะห์ มีจำนวน 9 ปัจจัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง โดยปัจจัยด้านบริการมีค่า Eigenvalue มากที่สุด คือ 21.49 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นพิเศษ คือ 5.37 และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง คือ 1.18 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมทั้ง 9 ปัจจัย มีค่า Commulative Variance คือ 68.93 ทั้งนี้ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมทั้ง 9 ปัจจัย เป็นปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์โดยลดจำนวนตัวแปรทั้ง 62 ตัว ให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน โดยการนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากไว้ในปัจจัยเดียวกันและตัดตัวแปรที่มีสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กันออกจากการวิเคราะห์ โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor Loading) ที่มีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor Loading) ที่มีค่ามากที่สุดอยู่ในปัจจัยด้านราคา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor Loading) เท่ากับ .851 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor Loading) ที่มีค่าน้อยที่สุดอยู่ในปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor Loading) เท่ากับ .432 โดยปัจจัยในการเลือกเข้าพัก

พักโรงแรมทั้ง 9 ปัจจัย ได้มีการกำหนดชื่อปัจจัยใหม่ que แสดงถึงความหมายของตัวแปรต่างๆ ที่อยู่ในปัจจัยนั้น ตามที่ได้กล่าวชื่อปัจจัยด้านต่างๆ แล้วข้างต้น

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ปัจจัย

ปัจจัย	ประเภทของนักท่องเที่ยว						ระดับ ความสำคัญ
	ไทย		ต่างชาติ		รวม		
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
F1 บริการ	2.64	1.00	2.14	1.18	2.39	1.09	น้อย
F2 บริการเสริม	2.97	0.98	2.22	0.97	2.60	0.97	น้อย
F3 ราคา	3.85	0.72	3.41	0.99	3.63	0.85	มาก
F4 ระบบการจองห้องพัก	3.63	0.83	3.02	1.18	3.33	1.00	ปานกลาง
F5 การคมนาคม	3.14	1.02	3.05	0.84	3.10	0.93	ปานกลาง
F6. การติดต่อสื่อสาร	2.57	1.16	3.06	0.97	2.82	1.06	ปานกลาง
F7. ห้องพัก	3.83	0.67	3.36	0.91	3.59	0.79	มาก
F8 โปรโมชันสำหรับการจองห้องพัก	3.12	0.99	2.82	0.95	2.97	0.97	ปานกลาง
F9 สถานที่ตั้ง	3.45	0.88	2.94	0.92	3.20	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 9 ปัจจัย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 192 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 192 คน ในการเลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยด้านบริการ (F1) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.64 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.14 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยด้านบริการเสริม (F2) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.97 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.22 ในภาพรวมของ

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นพิเศษ อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยด้านราคา (F3) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.85 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.41 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก (F4) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.63 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.02 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการคมนาคม (F5) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.14 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.05 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเดินทางสู่โรงแรม อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร (F6) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.57 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.06 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านห้องพัก (F7) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.83 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.36 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านห้องพัก อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก (F8) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.12 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.82 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง (F9) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.45 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.94 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับปานกลาง

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ปัจจัย

ปัจจัย	กลุ่มของนักท่องเที่ยว						ระดับ ความสำคัญ
	พักผ่อน		ธุรกิจ		รวม		
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
F1 บริการ	2.17	1.13	2.63	1.08	2.40	1.10	น้อย
F2 บริการเสริม	2.46	1.08	2.74	0.98	2.60	1.03	น้อย
F3 ราคา	3.52	0.94	3.74	0.82	3.63	0.88	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัย	กลุ่มของนักท่องเที่ยว						ระดับ ความสำคัญ
	พักผ่อน		ธุรกิจ		รวม		
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
F4 ระบบการจองห้องพัก	3.07	1.15	3.60	0.89	3.34	1.02	ปานกลาง
F5 การคมนาคม	3.17	0.87	3.01	0.99	3.09	0.93	ปานกลาง
F6 การติดต่อสื่อสาร	3.05	1.01	2.56	1.15	2.81	1.08	ปานกลาง
F7 ห้องพัก	3.47	0.91	3.72	0.73	3.60	0.82	มาก
F8 โปรโมชันสำหรับการจอง ห้องพัก	2.95	1.02	3.00	0.95	2.97	0.99	ปานกลาง
F9 สถานที่ตั้ง	3.15	0.99	3.25	0.88	3.20	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 9 ปัจจัย จำแนกตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน จำนวน 199 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา จำนวน 185 คน ในการเลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยด้านบริการ (F1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.17 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.63 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยด้านบริการเสริม (F2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.46 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.74 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นพิเศษ อยู่ในระดับน้อย ปัจจัยด้านราคา (F3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.52 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.74 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก (F4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.07 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.60 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก



อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการคมนาคม (F5) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.17 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนาให้ ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.01 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเดินทางสู่โรงแรม อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร (F6) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.05 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนาให้ ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.56 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านห้องพัก (F7) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.47 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนาให้ ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.72 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านห้องพัก อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก (F8) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 2.95 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนาให้ ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.00 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง (F9) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.15 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนาให้ ให้ความสำคัญ เท่ากับ 3.25 ในภาพรวมของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับปานกลาง

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีความแตกต่างกัน

## ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

**สมมติฐาน** ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

**ตารางที่ 4.14** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	เพศ				t	Sig
	ชาย		หญิง			
	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.36	0.94	2.43	0.85	1.917	0.167
2. บริการเสริม	2.51	0.78	2.73	0.82	0.462	0.497
3.ราคา	3.56	0.82	3.74	0.78	0.368	0.545
4. ระบบการจองห้องพัก	3.25	1.04	3.45	0.88	1.202	0.274
5. การคมนาคม	2.98	0.05	3.27	0.06	-3.59	0.000*
6. การติดต่อสื่อสาร	2.79	0.85	2.85	0.94	2.281	0.132
7. ห้องพัก	3.49	0.77	3.76	0.64	3.887	0.049*
8. โปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก	2.95	.78	3.00	0.74	1.562	0.212
9. สถานที่ตั้ง	3.16	0.72	3.25	0.74	0.004	0.950

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามเพศ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคมและปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการเดินทางสู่โรงแรม และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นพิเศษ ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจอง

ห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัยจำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพัก โรงแรม	อายุ												F	Sig
	15-21 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	1.94	0.53	2.49	0.94	2.54	0.76	2.18	0.86	2.32	1.10	1.88	0.97	3.085	0.010*
2. บริการเสริม	2.39	0.73	2.54	0.72	2.76	0.65	2.50	0.86	2.69	1.04	1.82	0.85	4.618	0.000*
3. ราคา	3.24	0.92	3.81	0.69	3.60	0.76	3.57	0.82	3.50	0.97	3.51	1.01	1.928	0.089
4. ระบบการจองห้องพัก	3.10	0.96	3.50	0.79	3.58	.75	3.10	1.05	2.10	1.29	2.31	1.28	8.380	0.006*
5. การคมนาคม	3.14	0.76	3.03	0.80	3.10	0.79	3.14	0.75	3.17	0.85	2.96	0.58	0.375	0.865
6. การติดต่อสื่อสาร	3.10	0.74	2.56	1.02	2.79	0.76	3.04	0.75	3.12	0.92	2.73	0.70	4.445	0.001*
7. ห้องพัก	3.29	0.95	3.57	0.68	3.61	0.71	3.64	0.68	3.73	0.81	3.03	0.88	2.525	0.029*
8. โปรแกรมชั้นสำหรับการ จองห้องพัก	2.39	0.59	3.00	0.68	3.06	0.77	2.82	0.78	3.01	1.07	2.83	0.92	1.698	0.134
9. สถานที่ตั้ง	3.04	0.70	3.29	0.71	3.27	0.70	3.08	0.66	3.15	0.84	2.65	0.76	2.820	0.016*

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามอายุ พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นพิเศษ ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการเดินทางสู่โรงแรม และปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.16** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig					
		15-21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
บริการ							
15-21 ปี	1.94		0.786	0.708	0.994	0.955	1.000
21-30 ปี	2.49			0.999	0.414	0.927	0.311
31-40 ปี	2.54				0.217	0.788	0.214
41-50 ปี	2.18					0.981	0.934
51-60 ปี	2.32						0.739
มากกว่า 60 ปี	1.88						
บริการเสริม							
15-21 ปี	2.39		0.998	0.913	1.000	0.968	0.777
21-30 ปี	2.54			0.453	1.000	0.923	0.050
31-40 ปี	2.76				0.426	0.997	0.002*
41-50 ปี	2.50					0.863	0.108

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig					
		15-21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
บริการเสริม (ต่อ)							
51-60 ปี	2.69						0.013*
มากกว่า 60 ปี	1.82						
ระบบการจองห้องพัก							
15-21 ปี	1.82		0.944	0.882	1.000	1.000	0.653
21-30 ปี	3.50			0.994	0.195	0.046	0.001*
31-40 ปี	3.58				0.053	0.009*	0.000*
41-50 ปี	3.10					0.991	0.125
51-60 ปี	2.10						0.306
มากกว่า 60 ปี	2.31						
การติดต่อสื่อสาร							
15-21 ปี	3.10		0.777	0.974	1.000	1.000	0.975
21-30 ปี	2.56			0.556	0.026*	0.009*	0.991

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig					
		15-21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
การติดต่อสื่อสาร (ต่อ)							
31-40 ปี	2.79			0.590	0.340	1.000	
41-50 ปี	3.04				0.999	0.909	
51-60 ปี	3.12					0.802	
มากกว่า 60 ปี	2.73						
ห้องพัก							
15-21 ปี	3.29		0.962	0.933	0.910	0.804	0.989
21-30 ปี	3.57			0.999	0.995	0.874	0.206
31-40 ปี	3.61				1.000	0.960	0.137
41-50 ปี	3.64					0.994	0.129
51-60 ปี	3.73						0.056
มากกว่า 60 ปี	3.03						



ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig					
		15-21 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
สถานที่ตั้ง							
15-21 ปี	3.04		0.977	0.983	1.000	1.000	0.928
21-30 ปี	3.29			1.000	0.618	0.925	0.068
31-40 ปี	3.27				0.689	0.954	0.081
41-50 ปี	3.08					0.998	0.505
51-60 ปี	3.15						0.340
มากกว่า 60 ปี	2.65						

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอายุได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงผลการทดสอบไม่พบความแตกต่างในทุกช่วงอายุ

ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ยังให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.17** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพัก โรงแรม	สถานภาพ						F	Sig
	โสด		สมรส		หย่าร้าง/แยกกันอยู่			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.36	0.93	2.40	0.88	2.51	0.90	0.335	0.716
2. บริการเสริม	2.50	0.73	2.69	0.81	2.58	1.11	2.694	0.069
3. ราคา	3.71	0.76	3.54	0.84	3.74	0.74	2.319	0.100
4. ระบบการจองห้องพัก	3.41	0.90	3.25	1.03	3.20	1.20	1.487	0.227
5. การคมนาคม	3.11	0.79	3.06	0.78	3.23	0.84	0.657	0.499
6. การติดต่อสื่อสาร	2.72	0.89	2.88	0.88	3.05	0.83	2.588	0.076
7. ห้องพัก	3.58	0.72	3.59	0.76	3.70	0.65	0.343	0.710
8. โปรแกรมชั้นสำหรับการจอง ห้องพัก	2.94	0.73	2.97	0.86	3.18	0.88	0.980	0.376
9. สถานที่ตั้ง	3.17	0.71	3.20	0.73	3.31	0.83	0.493	0.611

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของ ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามสถานภาพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ไม่แตกต่างกันในทุก ปัจจัย

**ตารางที่ 4.18** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยในการเลือกเข้าพัก โรงแรม	ระดับการศึกษาสูงสุด						F	Sig
	ต่ำกว่า ป.ตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ป.ตรี			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	1.83	0.82	2.39	0.86	2.87	1.04	13.92	0.000*
2. บริการเสริม	2.16	0.88	2.63	0.76	2.69	0.98	6.180	0.002*
3. ราคา	3.42	0.92	3.63	0.75	3.80	1.00	2.189	0.113
4. ระบบการจองห้องพัก	2.46	1.16	3.40	0.91	3.57	1.02	17.791	0.000*
5. การคมนาคม	3.02	0.66	3.09	0.81	3.19	0.75	0.487	0.615
6. การติดต่อสื่อสาร	2.64	0.81	2.80	0.89	3.07	0.88	2.538	0.080
7. ห้องพัก	3.19	0.77	3.63	0.68	3.64	0.95	6.367	0.002*
8. โปรโมชั่นสำหรับการจอง ห้องพัก	2.43	0.86	2.99	0.75	3.34	0.91	13.866	0.000*
9. สถานที่ตั้ง	2.86	0.69	3.22	0.74	3.34	0.58	4.822	0.009*

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของ ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัย ด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยใน การเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจอง หอพัก ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัย ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยว

ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.19** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig		
		ต่ำกว่า ป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ป.ตรี
บริการ				
ต่ำกว่า ป.ตรี	1.83		0.001*	0.000*
ปริญญาตรี	2.39			0.004*
สูงกว่า ป.ตรี	2.87			
บริการเสริม				
ต่ำกว่า ป.ตรี	2.16		0.003*	0.014*
ปริญญาตรี	2.63			0.913
สูงกว่า ป.ตรี	2.69			
ระบบการจองห้องพัก				
ต่ำกว่า ป.ตรี	2.46		0.000*	0.000*
ปริญญาตรี	3.40			0.553
สูงกว่า ป.ตรี	3.57			
ห้องพัก				
ต่ำกว่า ป.ตรี	3.19		0.002*	0.022*
ปริญญาตรี	3.63			0.997
สูงกว่า ป.ตรี	3.64			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig		
		ต่ำกว่า ป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ป.ตรี
โปรแกรมชั้นสำหรับการ จองห้องพัก				
ต่ำกว่า ป.ตรี	2.43		0.000*	0.000*
ปริญญาตรี	2.99			0.024*
สูงกว่า ป.ตรี	3.34			
สถานที่ตั้ง				
ต่ำกว่า ป.ตรี	2.86		0.021*	0.015*
ปริญญาตรี	3.22			0.583
สูงกว่า ป.ตรี	3.34			

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.20** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	อาชีพ								F	Sig
	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.53	0.95	2.39	0.85	2.23	0.89	2.36	1.29	2.041	0.108
2. บริการเสริม	2.72	0.77	2.56	0.73	2.53	0.89	1.95	1.03	3.151	0.025*
3. ราคา	3.76	0.73	3.58	0.79	3.51	0.88	3.96	0.93	2.438	0.064
4. ระบบการจองห้องพัก	3.44	0.87	3.41	0.89	3.09	1.15	2.75	1.58	3.896	0.009*
5. การคมนาคม	3.18	0.74	3.07	0.84	3.09	0.76	3.08	0.66	0.186	0.906
6. การติดต่อสื่อสาร	2.74	0.97	2.72	0.85	3.06	0.81	2.83	0.59	3.541	0.015*
7. ห้องพัก	3.81	0.60	3.52	0.71	3.48	0.84	3.00	0.70	6.989	0.000*
8. โปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก	2.86	0.86	3.10	0.73	2.92	0.82	3.00	0.81	2.258	0.081
9. สถานที่ตั้ง	3.27	0.71	3.22	0.70	3.08	0.77	2.93	0.86	1.640	0.180

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามอาชีพ พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig			
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
บริการเสริม					
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.72		0.401	0.371	0.067
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	2.56			0.996	0.212
ธุรกิจส่วนตัว	2.53				0.257
อื่นๆ	1.95				

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig			
		รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ระบบการจองห้องพัก					
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.44	0.996	0.068	0.286	
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.41		0.082	0.318	
ธุรกิจส่วนตัว	3.09				0.825
อื่นๆ	2.75				
การติดต่อสื่อสาร					
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.74	0.998	0.063	0.993	
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	2.72		0.028*	0.988	
ธุรกิจส่วนตัว	3.06				0.920
อื่นๆ	2.83				
ห้องพัก					
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.81	0.011*	0.008*	0.023*	
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.52		0.975	0.258	
ธุรกิจส่วนตัว	3.48				0.346
อื่นๆ	3.00				



จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอาชีพได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการเสริมและปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แสดงผลการทดสอบไม่พบความแตกต่างในทุกอาชีพ

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	รายได้ต่อปี (บาท)										F	Sig
	ไม่เกิน 120,000		120,001-240,000		240,001-360,000		360,001-480,000		480,001 ขึ้นไป			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.11	0.66	2.42	0.63	2.47	0.76	2.33	1.02	2.41	1.15	0.756	0.554
2. บริการเสริม	2.39	0.62	2.72	0.58	2.87	0.78	2.52	0.92	2.37	0.89	5.437	0.000*
3. ราคา	3.68	0.70	3.59	0.53	3.78	0.74	3.62	0.88	3.57	1.02	0.824	0.510
4. ระบบการจองห้องพัก	3.31	0.58	3.49	0.61	3.53	0.91	3.16	1.19	3.15	1.19	2.970	0.019*
5. การคมนาคม	2.78	0.82	2.93	0.79	3.39	0.84	3.06	0.75	3.17	0.72	4.871	0.001*
6. การติดต่อสื่อสาร	2.07	0.86	2.34	0.84	2.95	0.90	2.99	0.77	3.26	0.66	23.979	0.000*
7. ห้องพัก	3.45	0.74	3.66	0.52	3.78	0.72	3.66	0.77	3.36	0.85	4.417	0.002*
8. โปรแกรมสำหรับการจองห้องพัก	2.81	0.74	2.98	0.72	3.07	1.01	3.00	0.78	2.90	0.77	0.723	0.577
9. สถานที่ตั้ง	3.01	0.78	3.30	0.66	3.37	0.74	3.02	0.78	3.13	0.71	3.312	0.011

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ  
ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามรายได้ต่อปี พบว่าค่า  
Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจอง  
ห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้าน  
บริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร  
และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบริการ ปัจจัย  
ด้านราคา ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่าค่า  
Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้าน ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และ  
ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามรายได้ต่อปี

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ไม่เกิน 120,000 บาท	120,001-240,000 บาท	240,001-360,000 บาท	360,001-480,000 บาท	480,001 บาท ขึ้นไป
บริการเสริม						
ไม่เกิน 120,000 บาท	2.39		0.548	0.228	0.979	1.000
120,001-240,000 บาท	2.72			0.847	0.527	0.028*
240,001-360,000 บาท	2.87				0.129	0.003*
360,001-480,000 บาท	2.52					0.789
480,001 บาท ขึ้นไป	2.37					
ระบบการจองห้องพัก						
ไม่เกิน 120,000 บาท	3.31		0.971	0.999	0.252	0.169
120,001-240,000 บาท	3.49			0.999	0.252	0.169
240,001-360,000 บาท	3.53				0.251	0.183
360,001-480,000 บาท	3.16					1.000
480,001 บาท ขึ้นไป	3.15					

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ไม่เกิน 120,000 บาท	120,001-240,000 บาท	240,001-360,000 บาท	360,001-480,000 บาท	480,001 บาท ขึ้นไป
การคมนาคม						
ไม่เกิน 120,000 บาท	2.78		0.960	0.049*	0.732	0.377
120,001-240,000 บาท	2.93			0.005*	0.870	0.271
240,001-360,000 บาท	3.39				0.139	0.503
360,001-480,000 บาท	3.06					0.909
480,001 บาท ขึ้นไป	3.17					
การติดต่อสื่อสาร						
ไม่เกิน 120,000 บาท	2.07		0.745	0.001*	0.000*	0.000*
120,001-240,000 บาท	2.34			0.000*	0.000*	0.000*
240,001-360,000 บาท	2.95				0.999	0.202
360,001-480,000 บาท	2.99					0.287
480,001 บาท ขึ้นไป	3.26					

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ไม่เกิน 120,000 บาท	120,001-240,000 บาท	240,001-360,000 บาท	360,001-480,000 บาท	480,001 บาท ขึ้นไป
ห้องพัก						
ไม่เกิน 120,000 บาท	3.45		0.835	0.510	0.839	0.993
120,001-240,000 บาท	3.66			0.875	1.000	0.061
240,001-360,000 บาท	3.78				0.909	0.009*
360,001-480,000 บาท	3.66					0.096
480,001 บาท ขึ้นไป	3.36					

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามรายได้ต่อปี ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แสดงผลการทดสอบไม่พบความแตกต่างในทุกช่วงรายได้

ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท, 360,001-480,000 บาท และ 480,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.24** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยในการเลือก เข้าพักโรงแรม	ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน										F	Sig
	ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.88	0.72	2.46	0.21	3.53	1.65	3.50	1.27	2.55	0.69	2.995	0.013*
2. บริการเสริม	3.42	0.62	3.54	0.52	3.14	0.94	3.71	0.61	2.82	0.67	6.451	0.000*
3. ราคา	4.19	0.49	4.13	1.07	4.00	0.00	4.50	0.71	3.74	0.61	4.299	0.001*
4. ระบบการจอง ห้องพัก	4.00	0.79	4.27	0.72	4.22	0.38	5.00	0.00	3.48	0.67	6.353	0.000*
5. การคมนาคม	3.67	0.74	4.00	0.70	3.78	0.38	4.17	0.70	2.94	0.84	6.868	0.000*
6. การติดต่อสื่อสาร	2.95	0.92	3.20	1.30	2.56	1.35	4.33	0.94	2.40	0.94	4.029	0.002*
7. ที่พัก	4.16	0.52	4.10	0.42	3.67	0.29	3.75	0.35	3.74	0.58	4.053	0.002*
8. โปรแกรมสำหรับ การจองห้องพัก	3.57	0.87	3.65	0.65	2.25	1.56	3.62	1.94	3.00	8.82	3.952	0.002*
9. สถานที่ตั้ง	3.75	0.72	4.05	1.08	3.33	0.63	3.50	1.77	3.35	0.66	2.914	0.015*



จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าค่า Significance แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.25** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
บริการ						
ภาคกลาง	2.88		0.901	0.805	0.992	0.270
ภาคเหนือ	2.46			0.511	0.690	1.000
ภาคตะวันออก	3.53				1.000	0.356
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.50					0.628
ภาคใต้	2.55					
บริการเสริม						
ภาคกลาง	3.42		1.000	0.992	0.996	0.000*
ภาคเหนือ	3.54			0.984	1.000	0.330
ภาคตะวันออก	3.14				0.970	0.982
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.71					0.982
ภาคใต้	2.82					

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
ราคา						
ภาคกลาง	4.19		1.000	0.998	0.992	0.005*
ภาคเหนือ	4.13			1.000	0.990	0.831
ภาคตะวันออก	4.00				0.974	0.989
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.50					0.666
ภาคใต้	3.74					
ระบบการจองห้องพัก						
ภาคกลาง	4.00		0.985	1.000	0.559	0.006*
ภาคเหนือ	4.27			1.000	0.901	0.290
ภาคตะวันออก	4.22				0.912	0.644
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5.00					0.097
ภาคใต้	3.48					

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
การคมนาคม						
ภาคกลาง	3.67		0.981	1.000	0.982	0.000*
ภาคเหนือ	4.00			1.000	1.000	0.161
ภาคตะวันออก	3.78				0.998	0.694
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.17					0.497
ภาคใต้	2.94					
การติดต่อสื่อสาร						
ภาคกลาง	2.95		0.998	0.992	0.555	0.083
ภาคเหนือ	3.20			0.973	0.845	0.649
ภาคตะวันออก	2.56				0.526	1.000
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.33					0.159
ภาคใต้	2.40					

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
ห้องพัก						
ภาคกลาง	4.16		1.000	0.830	0.962	0.007*
ภาคเหนือ	4.10			0.952	0.990	0.849
ภาคตะวันออก	3.67				1.000	1.000
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.75					1.000
ภาคใต้	3.74					
โปรแกรมชั้นสำหรับการจอง						
ห้องพัก						
ภาคกลาง	3.57		1.000	0.246	1.000	0.022*
ภาคเหนือ	3.65			0.402	1.000	0.720
ภาคตะวันออก	2.25				0.673	0.805
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.62					0.955
ภาคใต้	3.00					

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
สถานที่ตั้ง						
ภาคกลาง	3.75		0.975	0.962	0.998	0.086
ภาคเหนือ	4.05			0.847	0.970	0.433
ภาคตะวันออก	3.33				1.000	1.000
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.50					1,000
ภาคใต้	3.35					

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงผลการทดสอบไม่พบความแตกต่างในทุกถิ่นที่อยู่

**ตารางที่ 4.26** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยในการเลือก เข้าพักโรงแรม	ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน										F	Sig
	ยุโรป		ตะวันออกกลาง		อเมริกา		เอเชีย		อื่นๆ			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.07	0.96	2.10	0.90	1.72	0.65	2.42	1.10	1.20	0.00	3.770	0.006*
2. บริการเสริม	2.17	0.69	2.22	0.66	2.05	0.77	2.37	0.69	1.00	0.00	2.993	0.022*
3. ราคา	3.58	0.91	3.48	7.14	3.22	0.88	3.33	0.95	4.00	0.00	1.309	0.268
4. ระบบการจอง ห้องพัก	2.89	1.18	2.98	0.96	2.53	1.00	3.41	0.96	1.00	0.00	6.770	0.000*
5. การคมนาคม	3.01	0.76	3.02	0.56	3.00	0.52	3.12	0.71	2.67	0.00	0.486	0.746
6. การติดต่อสื่อสาร	3.11	0.62	3.07	0.75	2.93	0.69	3.10	0.72	2.33	0.00	1.031	0.392
7. ที่พัก	3.34	0.80	3.50	0.99	3.19	0.82	3.43	0.73	3.00	0.00	0.845	0.499
8. โปรโมชั่นสำหรับ การจองห้องพัก	2.86	0.70	2.78	0.58	2.81	0.89	2.83	0.62	2.25	0.00	0.401	0.807
9. สถานที่ตั้ง	2.98	0.61	2.75	0.77	2.99	0.54	2.95	0.72	2.25	0.00	1.061	0.377



จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ  
ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติ พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัย  
ด้านบริการเสริม และปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี  
ถิ่นที่อยู่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัย  
ด้านบริการเสริม และปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05  
ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก  
ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่าค่า Significance ที่หา  
ได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับ  
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัย  
ด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.27** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ยุโรป	ตะวันออกกลาง	อเมริกา	เอเชีย	อื่นๆ
บริการ						
ยุโรป	2.07	1.000	0.606	0.336	0.815	
ตะวันออกกลาง	2.10		0.767	0.793	0.812	
อเมริกา	1.72			0.017*	0.966	
เอเชีย	2.42				0.538	
อื่นๆ	1.20					
บริการเสริม						
ยุโรป	2.17	0.999	0.960	0.606	0.257	
ตะวันออกกลาง	2.22		0.954	0.949	0.252	
อเมริกา	2.05			0.304	0.379	
เอเชีย	2.37				0.122	
อื่นๆ	1.00					

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรม	Mean	Sig				
		ยุโรป	ตะวันออกกลาง	อเมริกา	เอเชีย	อื่นๆ
ระบบการจองห้องพัก						
ยุโรป	2.89		0.998	0.624	0.076	0.177
ตะวันออกกลาง	2.98			0.683	0.619	0.166
อเมริกา	2.53				0.002*	0.395
เอเชีย	3.41					0.036*
อื่นๆ	1.00					

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียยังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านบริการเสริม แสดงผลการทดสอบไม่พบความแตกต่างในทุกถิ่นที่อยู่

## ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐาน** ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.28** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	ประเภทของนักท่องเที่ยว				t	Sig.(2-tailed)
	ไทย		ต่างชาติ			
	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.64	1.00	2.14	1.18	5.693	0.000*
2. บริการเสริม	2.97	0.98	2.22	0.97	10.310	0.000*
3. ราคา	3.85	0.72	3.41	0.99	5.530	0.000*
4. ระบบการจองห้องพัก	3.63	0.83	3.02	1.18	6.356	0.000*
5. การคมนาคม	3.14	1.02	3.05	0.84	1.124	0.262
6. การติดต่อสื่อสาร	2.57	1.16	3.06	0.97	-5.171	0.000*
7. ห้องพัก	3.83	0.67	3.36	0.91	6.561	0.000*
8. โปรโมชันสำหรับการจองห้องพัก	3.12	0.99	2.82	0.95	3.661	0.000*
9. สถานที่ตั้ง	3.45	0.88	2.94	0.92	7.222	0.000*

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามประเภทของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชันสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคมนาคมไม่แตกต่างกัน

### ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

**สมมติฐาน** ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีความแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.29** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย ของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers)

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม	กลุ่มของนักท่องเที่ยว				t	Sig.(2-tailed)
	พักผ่อน		ธุรกิจ			
	Mean	SD	Mean	SD		
1. บริการ	2.17	1.13	2.63	1.08	-5.072	0.000*
2. บริการเสริม	2.46	1.08	2.74	0.98	-3.384	0.001*
3. ราคา	3.52	0.94	3.74	0.82	-2.697	0.007*
4. ระบบการจองห้องพัก	3.07	1.15	3.60	0.89	-5.412	0.000*
5. การคมนาคม	3.17	0.87	3.01	0.99	1.997	0.047*
6. การติดต่อสื่อสาร	3.05	1.01	2.56	1.15	5.628	0.000*
7. ห้องพัก	3.47	0.91	3.72	0.73	-3.373	0.001*
8. โปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก	2.95	1.02	3.00	0.95	-0.594	0.553
9. สถานที่ตั้ง	3.15	0.99	3.25	0.88	-1.383	0.168

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม 9 ปัจจัย แยกพิจารณาตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรมของ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีความแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจอง ห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้าน สถานที่ตั้ง พบว่าค่า Significance ที่หาได้แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรม ของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัย ด้านสถานที่ตั้ง ไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ (SUMMARY, IMPLICATION AND RECOMMENDATION)

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา (Summary)

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาคอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

#### วิธีดำเนินการวิจัย

- ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวน 384 คน แบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยว



ชาวต่างชาติ และแบ่งตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อนและแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 192 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 192 คน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน จำนวน 199 คน และนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ จำนวน 185 โดยผู้ศึกษาเลือกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ในส่วนของ การเก็บข้อมูลตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน และแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ นั้น จะเลือกเก็บจากกลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยจะทำการสอบถามข้อมูลขั้นต้นถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวก่อน เพื่อควบคุมจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้ได้ในอัตราส่วนที่กำหนด คือในอัตราส่วน 50:50 ซึ่งจากการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ได้ตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้ในอัตราส่วน 50:50 และจากกลุ่มของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน และแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ ได้ในอัตราส่วน 51.80:48.20 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของประชากรทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ลักษณะของคำถามเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกหลายตัวเลือก (multiple choices) จำนวน 8 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการวัดระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม จำนวน 62 ข้อ

**ส่วนที่ 3** เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะในการเลือกเข้าพักโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 384 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาจากค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง

จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยพิจารณาจากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยพิจารณาจากค่าสถิติการทดสอบที (t-test) และการทดสอบเอฟ (F-test) หรือ Oneway ANOVA

4.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ โดยพิจารณาจากการค่าสถิติการทดสอบที (t-test)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาและนำมาวิเคราะห์ผลในครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 384 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 192 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของประชากรทั้งหมด
2. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม นักท่องเที่ยวเพศชายมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่มีกลุ่มอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด อาชีพส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 120,000-240,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มิถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มิถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย
3. ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ใช้ในการศึกษานี้ จำนวนทั้งสิ้น 62 ปัจจัย เมื่อใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) แล้ว เหลือปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ปัจจัย ซึ่งได้มีการกำหนดชื่อปัจจัยใหม่ที่แสดงถึงความหมายของตัวแปรต่างๆ ที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบริการ
2. ปัจจัยด้านบริการเสริม
3. ปัจจัยด้านราคา
4. ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก
5. ปัจจัยด้านการคมนาคม
6. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร
7. ปัจจัยด้านห้องพัก
8. ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก
9. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 9 ปัจจัย ที่ได้จากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มีระดับความสำคัญของปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และเมื่อนำมาพิจารณาจัดลำดับจากมากไปหาน้อย แสดงลำดับได้ดังนี้

- ลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านราคา
- ลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านห้องพัก
- ลำดับที่ 3 ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก
- ลำดับที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง
- ลำดับที่ 5 ปัจจัยด้านการคมนาคม
- ลำดับที่ 6 ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก
- ลำดับที่ 7 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร
- ลำดับที่ 8 ปัจจัยด้านบริการเสริม
- ลำดับที่ 9 ปัจจัยด้านบริการ

4. เมื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $\alpha$ ) = .05 ปรากฏว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าค่า

Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบริการด้านการคมนาคมและปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุพบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกัน และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามอายุ สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ยังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพไม่พบค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดพบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านบริการ เสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกัน กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้าน ห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกัน กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านโปรแกรมขึ้นสำหรับการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับ ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามจำแนกตามอาชีพพบว่าค่า Significance ซึ่ง แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้าน การติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้าน บริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe

จำแนกตามอาชีพ สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อปีพบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามรายได้ต่อปี สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท, 360,001-480,000 บาท และ 480,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัย

ด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม และปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แสดงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม และปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม รายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา ให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียยังให้

ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. เมื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $\alpha$ ) = .05 ปรากฏว่า พบค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. เมื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $\alpha$ ) = .05 ปรากฏว่า พบค่า Significance ซึ่งแสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แสดงว่าการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีความแตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย (Implications)

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้ศึกษาได้แยกอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการที่จะเลือกเข้าพักในโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 62 ปัจจัย เมื่อใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ประเภทวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) แล้ว เหลือปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว จำนวน 9 ปัจจัย และพบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านบริการ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวในการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว นั้น ต้องมีการคำนึงถึงค่าใช้จ่ายเป็นหลัก เพราะต้องมีค่าใช้จ่ายในหลายๆ ด้าน เช่น ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก เป็นต้น และเพื่อความคุ้มค่าในการเดินทางและการใช้จ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด นักท่องเที่ยวจึงได้คำนึงปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก สอดคล้องกับการกำหนดประเภทของโรงแรม ตามที่นงคินุช ศรีธนาอนันต์ (2553) ได้กล่าวการแบ่งกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณาจากอัตราการคิดค่าห้องพักที่โรงแรมกำหนดนี้แม้จะไม่สามารถแสดงถึงลักษณะกิจการได้อย่างถูกต้องเสมอไป แต่ในความจริงอัตราการราคาย่อมมีความสัมพันธ์กับปริมาณและคุณภาพของการบริการที่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูง จึงกล่าวได้ว่า การแสดงอัตราการราคาตามที่โรงแรมประกาศใช้ สามารถบ่งบอกได้ในระดับหนึ่งถึงคุณภาพบริการในโรงแรม และกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะจ่ายค่าบริการได้ รวมทั้งยังสามารถสร้างความคาดหวังแก่ผู้ใช้บริการได้อีกด้วย ส่วนปัจจัยด้านบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด นั้น อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ต้องการเพียงแค่ห้องพักในโรงแรมสำหรับพักค้างคืนเพื่อเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ ในตัวจังหวัด หรือเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา ความต้องการในด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกใน

โรงแรมจึงอาจมีเพียงความต้องการขั้นพื้นฐานทั่วไปเท่านั้น สอดคล้องกับการเลือกผลิตภัณฑ์ (Product decision) จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค Kotler (2006) ที่วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้อธิบายไว้ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งจะขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจ คุณภาพสินค้า สิ่งดึงดูดด้านราคาที่กำหนดและการลดราคารวมทั้งการเร่งรีบในการซื้อใช้

2. เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ พบว่าระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในส่วนของปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านห้องพัก แตกต่างกัน โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านห้องพักมากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อนและรอบคอบ จึงต้องการความหลากหลายของประเภทห้องพักและความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่มากกว่าเพศชาย เช่นเดียวกับปัจจัยด้านการคมนาคมที่เพศหญิงมักให้ความสำคัญกับการเดินทางที่ต้องการความสะดวกมากกว่าเพศชาย

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ พบความแตกต่าง ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ยังอยู่ในช่วงวัยทำงานและมีความกระปรี้กระเปร่าในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น บริการเสริมรายการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ จึงมีความต้องการในปัจจัยด้านบริการเสริมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ที่อาจต้องการเพียงการพักผ่อนเท่านั้น 2) ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ยังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้

ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอายุยังน้อยและอยู่ในวัยที่ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่จึงได้ให้ความสำคัญกับระบบการจองห้องพักที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว เช่น การจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์หรือการใช้อีเมลมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ที่ถนัดกับการใช้ระบบจองห้องพักแบบพื้นฐานทั่วไป 3)ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ยังคงคาดหวังการติดต่อสื่อสารกับพนักงานของโรงแรมเพื่อติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการให้ข้อมูลด้านการบริการของโรงแรมจากพนักงาน เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี สามารถใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารหาข่าวสารข้อมูลได้จากช่องทางอื่นๆ ที่ไม่ใช่พนักงานของโรงแรม เป็นต้น

#### เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของ

นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบความแตกต่างดังนี้ คือ 1)ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีโอกาสในการเดินทางและมีประสบการณ์ในการเดินทางมากกว่าทำให้มีความต้องการบริการที่เพียบพร้อมมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาลดหลั่นลงมา 2)ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา



มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยมากกว่า จึงมีความต้องการให้สถานที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรืออยู่บริเวณศูนย์กลางการค้า มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาลดหลั่นลงมา เป็นต้น

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ พบความแตกต่าง ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการด้วยตนเอง จึงมีความต้องการในปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ที่สามารถติดต่อสื่อสารตลอดจนหาข้อมูลที่ต้องการผ่านบริษัทของตนได้ 2) ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากธรรมชาติของผู้ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มักมีระเบียบแบบแผนที่ชัดเจน จึงมีความต้องการความสะดวกสบายในห้องพักมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ที่เน้นความเร่งรีบ และเรียบง่าย

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ต่อปี พบความแตกต่าง ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ซึ่งเป็นช่วงรายได้ในระดับกลาง มีความต้องการบริการเสริมพิเศษและกิจกรรมพิเศษ

ต่างๆ ที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท ซึ่งยังไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากนัก และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งอาจคุ้นเคยกับบริการเสริมต่างๆ ของโรงแรมมาพอสมควรแล้ว จึงไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก 2) ปัจจัยด้านการคมนาคมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ซึ่งเป็นช่วงรายได้ในระดับกลาง มีความต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อความสะดวกสบายในการเดินทางมากนักอาจเนื่องมาจากยังขาดประสบการณ์ในการเดินทาง หรืออาจชอบการเดินทางที่ต้องเดินทางด้วยตนเองหรือรถประจำทางมากกว่าการเดินทางที่สะดวกสบายจากบริการรถรับส่งของโรงแรม เป็นต้น 3) ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท, 360,001-480,000 บาท และ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 360,001-480,000 บาท, 240,001-360,000 บาท, 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงรายได้อื่นๆ 4) ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ละเอียดอ่อนและมีพิธีรีตองจึงต้องการความสะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งต้องการความเรียบง่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกในขั้นพื้นฐานเท่านั้น

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของ

นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความแตกต่าง ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านบริการเสริม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดย นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ทันสมัยและเน้นความสะดวกสบาย จึงมีความต้องการด้านบริการเสริมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ ที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย 2) ปัจจัยด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ เพราะการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางที่มีระยะทางไกลกว่า มีค่าใช้จ่ายมากกว่า จึงต้องให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายมากกว่า 3) ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางต้องเดินทางไกลจึงต้องการระบบการจองห้องพักที่เข้าถึงได้สะดวกเพื่อเป็นการสำรองห้องพักล่วงหน้าและเพื่อเป็นการวางแผนการเดินทาง ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ที่ให้ความสำคัญน้อยกว่าเพราะเดินทางในภูมิภาคเดียวกันจึงมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี จึงลดความกังวลเรื่องการสำรองห้องพัก 4) ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางเดินทางมาไกลประกอบกับไม่คุ้นเคยกับภูมิภาค จึงมีความกังวลในเรื่องของการคมนาคม ทำให้ต้องการความสะดวกสบายในด้านการคมนาคมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ ซึ่งมีความคุ้นเคยกับการคมนาคมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอย่างดี 5) ปัจจัยด้านห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางเดินทางมาจากต่างบ้านต่าง

เมืองจึงต้องการการต้อนรับที่อบอุ่นจากทางโรงแรมนั่นคือการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และความสะอาดสบายในห้องพักที่ทางโรงแรมจัดให้ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ที่มีความคุ้นเคยกับพื้นที่เป็นอย่างดี จึงอาจต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในชั้นพื้นฐานเท่านั้น

6) ปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางมีระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ เพราะต้องมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการเดินทางจึงมีการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมใดโรงแรมหนึ่งซึ่งต้องคำนึงถึงความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับด้วย ต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ที่ไม่ต้องคำนึงถึงทางเลือกในการตัดสินใจมากนัก โดยอาจอาศัยความคุ้นเคยกับโรงแรมที่เคยมาพักแล้วหรือจากชื่อเสียงของโรงแรม เป็นต้น

เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของ

นักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบความแตกต่าง ดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย โดย นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา อาจเพราะวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่แตกต่าง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียและนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญในด้านบริการที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียยังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาและนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอื่นๆ ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่แตกต่าง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาและนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอื่นๆ ให้ความสำคัญในด้านระบบการจองห้องพักที่แตกต่างกัน

จากการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลข้างต้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎีโมเดลแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค



(consumer behavior model) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ และผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อ นั่นคือ สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งองค์กรควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ในการการตัดสินใจซื้อยังต้องอาศัยความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ หรือที่เรียกว่ากล่องดำ (buyer's black box) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อนั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรกร ชมพูนุช (2553) ซึ่งจากข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยภาพรวมแล้วมีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของพิชิต กองสาสน (2551) จากข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยภาพรวมแล้วมีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของกรรทอง อ่างวงษ์ (2548) จากข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาด โดยภาพรวมแล้วมีความแตกต่างกัน และงานวิจัยของอรอนงค์ ทองแท้ (2552) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าโดยภาพรวมแล้วมีความแตกต่างกัน

### 3. เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักรวมระหว่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักรวมระหว่าง

โรงแรมแตกต่างกันเกือบทุกด้าน ยกเว้นเพียงด้านเดียว คือ ปัจจัยด้านการคมนาคม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก ปัจจัยด้านห้องพัก ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และอื่นๆ จึงทำให้ความต้องการในการเลือกเข้าพักโรงแรมตามปัจจัยด้านต่างๆ มีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาจากต่างบ้านต่างเมืองและต่างภาษา ทำให้ต้องใช้ความพยายามในการติดต่อสื่อสารเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง จึงมีความต้องการให้พนักงานของโรงแรมมีการสื่อสารที่ดี ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยสามารถสื่อสารภาษาไทยได้ดีอยู่แล้วจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารมากนัก ในส่วนของปัจจัยด้านการคมนาคม ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่ไม่พบความแตกต่าง นั้น อาจเนื่องมาจากไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็ต่างต้องการการเดินทางมายังโรงแรมที่สะดวก เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับกล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อนั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสิณี คำสำราญ (2551) ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าภูมิภาคของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cihan Cobanoglu, Kadir Corbaci, Patric J. Moreo, Yuksel Ekinci (2003) ที่ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกโรงแรมของนักเดินทางธุรกิจชาวตุรกีระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบความแตกต่างระหว่างนักเดินทางธุรกิจชาวตุรกีเพศชายและนักเดินทางธุรกิจชาวตุรกีเพศหญิง ใน 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอาหารและบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริมฟรี ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านบริการสุขภาพ

#### 4. เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมระหว่าง

นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อ

การพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้มีความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมแตกต่างกันเกือบทุกด้าน ยกเว้นเพียงสองด้าน คือ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านบริการเสริม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก และปัจจัยด้านห้องพัก มากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ส่วนปัจจัยด้านการคมนาคมและปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้มีความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน ทำให้ความต้องการในการเลือกเข้าพักโรงแรมตามปัจจัยด้านต่างๆ มีความแตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยด้านที่ไม่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง อาจเนื่องมาจากไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ต่างก็ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรโมชั่นสำหรับการจองห้องพัก เป็นสำคัญ เนื่องจากต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าสูงสุดในการเดินทาง ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) กับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ต่างก็ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากสถานที่ตั้งต้องมีความสะดวกต่อการเดินทาง และอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งจ่ายใช้สอย หรือแหล่งบันเทิง เพื่อเป็นการผ่อนคลายและเป็นการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เป็นต้น สอดคล้องกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่าสิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจึงจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและให้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรอนงค์ ทองแท้ (2552) ที่สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmed Fawzy (2010) ที่ศึกษาการเลือกที่พักของนักเดินทางธุรกิจโดยศึกษาเปรียบเทียบโรงแรมระหว่างประเทศ 2 แห่งในกรุงไคโร พบความแตกต่างระหว่างนักเดินทางธุรกิจในโรงแรมระดับ 5 ดาว กับนักเดินทางธุรกิจในโรงแรมระดับ 4 ดาว ในปัจจัยด้านห้องพัก และปัจจัยด้านบุคลากร

### 5.3 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี นั้น จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการบริการของโรงแรมและสถานที่พัก อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารโรงแรมและสถานที่พักให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านบริการ จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่เมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วไม่พบความแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันแล้วพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกาให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย โดย นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชียให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบทวีปอื่นๆ ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านบริการข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไรกลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่

ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจุบันด้านบริการให้เหมือนกันได้ ดังนั้น จึงควรมีการนำเสนอบริการในด้านต่างๆ จากทางโรงแรมนอกเหนือจากบริการขั้นพื้นฐานทั่วไป เช่น นำเสนอบริการด้านการรักษาพยาบาล บริการด้านโปรษณีย์ บริการรับฝากกระเป๋าและสัมภาระ บริการรับฝากของมีค่า บริการรับแจ้งปลุก เป็นต้น

## 2. ปัจจัยด้านบริการเสริม จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญ

ของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านบริการเสริม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันแล้วไม่พบความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจุบันด้านบริการเสริมข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่า มีนักท่องเที่ยว

กลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการเสริมที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามกลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจัยด้านบริการเสริมให้เหมือนกันได้ และควรมีการนำเสนอบริการเสริมในด้านต่างๆ เช่น จัดบริการเสริมฟรี ในระหว่างเข้าพัก เช่น บริการอบไอน้ำ, บริการฟิตเนส, บริการโยคะ หรือจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วันคริสมาสต์, วันสงกรานต์ เป็นต้น

### 3. ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัย

ในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านราคา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันแล้วไม่พบความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านราคาข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไรกลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจัยด้านราคาให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการในปัจจัยด้านราคามากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น มีการแจ้งราคาห้องพักให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน โดยการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ตลอดจนการนำเสนอสินค้าและบริการที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับ และควรเปรียบเทียบราคากับโรงแรมอื่นในระดับเดียวกันด้วย เพื่อเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง

#### 4. ปัจจัยด้านระบบการจองห้องพัก จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับ

ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านระบบการจองห้องพัก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ยังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปี นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบเอเชีย ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศแถบอเมริกา นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านระบบการจองห้องพักข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่จัดการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่า มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบการจองห้องพักที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไร กลุ่มใด ให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจัยด้านระบบการจองห้องพักให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการ

นำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านระบบการจองห้องพักเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระบบการจองห้องพักมากเป็นลำดับที่สาม โดยมีการเพิ่มช่องทางในการจองห้องพักให้หลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลของโรงแรมได้ดียิ่งขึ้น เช่น มีการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์หรืออีเมล เป็นต้น

5. ปัจจัยด้านการคมนาคม จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านการคมนาคม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวหญิงโดยนักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 120,001-240,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านการคมนาคมข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการคมนาคมที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไร กลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจัยด้านการคมนาคมให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีรถบริการรับส่งนักท่องเที่ยว รถเช่าบริการให้กับนักท่องเที่ยว และบริการรถสาธารณะ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในด้านการคมนาคมให้แก่นักท่องเที่ยว

6. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญ



ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 120,001-240,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 240,001-360,000 บาท, 360,001-480,000 บาท และ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 360,001-480,000 บาท, 240,001-360,000 บาท, 120,001-240,000 บาท และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่เกิน 120,000 บาท ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ไม่พบความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญมากกว่า นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไรกลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจุบันด้านการติดต่อสื่อสารให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร ตลอดจนพัฒนาความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ เพิ่มเติมให้กับพนักงานด้วย และโรงแรมควรเป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวด้วย

7. ปัจจัยด้านห้องพัก จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านห้องพัก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวหญิง โดยนักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีระดับ

การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 240,001-360,000 บาท ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 480,001 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลาง ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ไม่พบความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) โดยนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (Business Travelers) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวแบบเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure) จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจุบันด้านห้องพักข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านห้องพักที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไร กลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจุบันด้านห้องพักให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านห้องพัก เป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านห้องพักเป็นอันดับที่สอง เช่น การจัดให้มีประเภทห้องพักที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักให้เพียงพอ เป็นต้น

### 8. ปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก จากผลการศึกษาเปรียบเทียบ

ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรียังให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของ นักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญแตกต่างกันกับ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ โดยนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคกลางให้ความสำคัญมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในภาคใต้ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแล้ว ไม่พบความแตกต่างกัน จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพักข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่ เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่า มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพักที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไร กลุ่มใดให้ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หาก นักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอบริการในปัจจัยด้านโปรแกรมชั้น สำหรับการจองห้องพักให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้อง กับปัจจัยด้านโปรแกรมชั้นสำหรับการจองห้องพัก เช่น การจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านตัวแทน หรือบริษัท การจัดห้องพักราคาพิเศษสำหรับการพักระยะยาว การจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจอง ผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางต่างๆ เพิ่มเติม เป็นต้น

### 9. ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของ

ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านสถานที่ตั้ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทของ นักท่องเที่ยว และกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ให้

ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ และเมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่ปัจจุบันของ นักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ไม่พบความแตกต่างกัน จากการสรุปผลการศึกษาในปัจจุบันด้านสถานที่ตั้งข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ที่ต้องการ ประกอบธุรกิจโรงแรม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาว่ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดบ้างที่ได้ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้งที่แตกต่างกัน ตลอดจนแตกต่างกันอย่างไรกลุ่มใดให้ ความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่า ก็ให้นำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มนั้นๆ ให้แตกต่างกัน หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน ก็ให้นำเสนอ บริการในปัจจุบันด้านสถานที่ตั้งให้เหมือนกันได้ และควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการที่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง เป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภาพรวมได้ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านห้องพักเป็นอันดับที่สี่ โดยโรงแรมควรตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางการ ท่องเที่ยว แหล่งจับจ่ายซื้อสินค้า แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือให้ ความสำคัญกับการนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง เช่น จัดให้มีแหล่งจับจ่ายใช้ สอย จำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีสถานบันเทิงภายในโรงแรม เป็นต้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการศึกษาในเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการ เลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนี้

1. ควรศึกษาความพึงพอใจในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอ เมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และ พัฒนา การบริการ ของที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรศึกษาพฤติกรรมในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอ เมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และ พัฒนา การบริการ ของที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่านั้น หากมีการทำวิจัยเพิ่มเติม ควรทำวิจัยในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม เพราะจังหวัดสุราษฎร์ธานียังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอำเภออื่นๆ และเพื่อเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมพื้นที่กว้างงานวิจัยนี้

4. ในอนาคตควรมีการศึกษาในเรื่องของปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากในแต่ละยุคสมัยนักท่องเที่ยวก็จะมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบการบริการของโรงแรมให้ตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างตรงจุด



## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุราษฎร์ธานี (2554). *สุราษฎร์ธานี มีดีทั้ง 19 อำเภอ*. สุราษฎร์ธานี: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุราษฎร์ธานี.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). *ประกาศกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เรื่อง กำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภท โรงแรม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงษ์ เกียรติไชยากร. (2552). *การเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรองทอง อัมวงษ์. (2548). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา: พระนครศรีอยุธยา.
- เกียรติ สิมะภูร. (2550). *งานโรงแรม*. กรุงเทพฯ: ฮิวแมน เฮอริเทจ จำกัด.
- ธาวินี โชติวรรณกุล. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักในโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจ

## บรรณานุกรม (ต่อ)

มหาบัณฑิต. เชียงราย : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, นุกูล เครือฟู, อัครพงษ์ อ้นทอง (2548). *อุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัชรากร ชมพูนุช. (2553). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกโรงแรม ที่พัก และรีสอร์ท ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิชิต กองสาสน (2551). *พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์ (2553). *การโรงแรมเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บุญชม ศรีสะอาด (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

วิยะดา ต้นวัฒนากุล. (2546). *SPSS: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์สมการถดถอยชนิดต่างๆ และการวิเคราะห์ปัจจัย*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสารจำกัด.

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2554). *ข่าวท้องถิ่น*  
30 พ.ค. 2554. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2554 จาก

[http://edu.prd.go.th/suratthani/ewt\\_news.php?nid=270&filename=index](http://edu.prd.go.th/suratthani/ewt_news.php?nid=270&filename=index)

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *สถานการณ์ท่องเที่ยวไตรมาสสุดท้าย*  
ปี 2554. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2554 จาก

<http://www.thailandtourismcouncil.org/download/tctnews/reporttct.pdf>

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2553*. สืบค้น  
เมื่อ 1 ธันวาคม 2554 จาก

<http://www.thailandtourismcouncil.org/download/tctnews/presss53.pdf>

สุธาสนี คำสำราญ. (2551). *พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก*  
*แรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล ในอำเภอ*  
*เกาะสมุย*. งานวิจัยเฉพาะเรื่องเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรศักดิ์ วาจาสิทธิ์, ชีระพล อรุณะกสิกร, ปฏินันท์ สันติเมทนีดล, สถาพร ลิ้มมณี, ไพฑูรย์ นาคจำ,  
สุรียกานต์ ชัยเนตร, นิมล เรืองดี. (2547). *พระราชบัญญัติโรงแรม 2547*. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์วิญญูชน.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี . (2554). *สถิตินักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง*  
*จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในปี พ.ศ. 2551-2553*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2554 จาก

<http://suratts.com/surat/index.php?topic=32.0>

### บรรณานุกรม (ต่อ)

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีรฟิล์มและไซเทกซ์ จำกัด.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2548). *รวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม*. กรุงเทพฯ: ฮิวแมน เฮอริเทจ จำกัด.

อรอนงค์ ทองแท้. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในเขตตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต*. การศึกษานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

Ahmed Fawzy. (2010). *Business Traveler's Accomodation Selection:Acomparative Study of two International Hotels in Cairo*. International Journal of Hospitality & Tourism. PhD. Hotel Management Department: Helwan University.

Cihan Cobanoglu, Kadir Corbaci, Patric J.Moreo, Yuksel Ekinici. (2003). *A comprtive Studyof the Importance of Hotel Selection Components by Turkish Business Travelers*. International Journal of Hospitality & Tourism Administration: The Haworth Press.

Joseph F. Hair, JR., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, William C. Black. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey, USA: Prentice Hall.

Kotler, Philip. (2006). *Marketing Management*. (12<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, New Jersey, USA: Prentice Hall.

**บรรณานุกรม (ต่อ)**

Lovelock, C. (2001). *Managing Services*. London: Prentic-Hall.

William S. Grey, Salvatore C. Liguori. (2003). *Hotel and Motel Management and Operations*. Upper Saddle River, New Jersey, USA: Prentice Hall.

Xiao Han Xue, Carmen Cox. (2008). *Hotel Selection Criteria and satisfaction Levels of the Chinese Business Traveler*. Journal of China Tourism Research. Graduate College of Management: The Haworth Press.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการศึกษาเปรียบเทียบ  
ปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว  
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## แบบสอบถาม

### การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study) ของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการบริการของโรงแรมและสถานที่พักในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารโรงแรมและสถานที่พักให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการทำแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อ โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10 นาที ทั้งนี้ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการทำแบบสอบถามชุดนี้ มา ณ ที่นี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2** ข้อมูลปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ส่วนที่ 3** ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อัญชิสา จิตร์เลขา

ผู้ศึกษา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน  
 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ [ ]

- 1) ชาย  2) หญิง

2. อายุ [ ]

- 1) 15-21 ปี  2) 21-30 ปี  
 3) 31-40 ปี  4) 41-50 ปี  
 5) 51-60 ปี  6) มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ [ ]

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด [ ]

- 1) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี  
 2) ระดับปริญญาตรี  
 3) สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ [ ]

- 1) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  2) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน  
 3) ธุรกิจส่วนตัว  4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อปี [ ]

- 1) ไม่เกิน 120,000 บาท  2) 120,001-240,000 บาท  
 3) 240,001-360,000 บาท  4) 360,001-480,000 บาท  
 5) 480,001 บาท ขึ้นไป

7. ถิ่นที่อยู่ปัจจุบัน

[ ]

1) ภาคกลาง

2) ภาคเหนือ

3) ภาคตะวันออก

4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5) ภาคใต้

8. วัตถุประสงค์ในการเดินทางครั้งนี้

[ ]

1) ท่องเที่ยวพักผ่อน

2) ทำธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา



**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลปัจจัยในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัย	ระดับความสำคัญในการเลือกเข้าพักโรงแรม				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. ภาพพจน์และชื่อเสียงของโรงแรม					
2. ความหลากหลายของประเภทห้องพัก					
3. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก					
4. โรงแรมมีระบบความปลอดภัย เช่น เวนยาม, อุปกรณ์ดับเพลิง, ตู้เซฟ					
5. ความหลากหลายของห้องอาหาร					
6. ความหลากหลายของรายการท่องเที่ยว					
7. ความสะดวกของเส้นทางในการเดินทางสู่โรงแรม					
8. โรงแรมอยู่บริเวณศูนย์กลางการท่องเที่ยว					
9. โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
10. โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวชมราตรี					
11. โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งจำหน่ายสินค้า					
12. รูปแบบและการวางแผนผังของโรงแรม					
13. ความสวยงามของการตกแต่งล็อบบี้					
14. ความสวยงามของการตกแต่งห้องพัก					
15. การแสดงราคาห้องพักอย่างชัดเจน					
16. ค่าห้องพักรวมอาหารเช้า					
17. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญในการเลือก เข้าพักโรงแรม				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
18. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับ					
19. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดห้องพัก					
20. การวางมัดจำล่วงหน้าเมื่อทำการจองห้องพัก					
21. ไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายในอัตราที่ต่ำสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าบริการ					
22. โรงแรมมีการจัดทำราคาห้องพักพิเศษสำหรับการพักระยะยาว					
23. โรงแรมมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น จอง 3 คืน ได้รับเพิ่ม 1 คืน					
24. โรงแรมจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านตัวแทนหรือบริษัท					
25. โรงแรมจัดห้องพักราคาพิเศษเมื่อจองผ่านเว็บไซต์					
26. โรงแรมให้ส่วนลดกับบริษัทที่ตนทำงาน					
27. โรงแรมมีส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิต					
28. โรงแรมมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดพิเศษ					
29. โรงแรมมีบริการเสริมฟรีในระหว่างเข้าพัก เช่น อบไอน้ำ, ฟิตเนส, โยคะ					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญในการเลือก เข้าพักโรงแรม				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
30. โรงแรมมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญ ต่างๆ เช่น วันปีใหม่, วันคริสต์มาส, วัน สงกรานต์					
31. ความคาดหวังในความถูกต้องของ พนักงานจองห้องพัก					
32. ความคาดหวังในการสื่อสาร ภาษาอังกฤษของพนักงาน					
33. ความคาดหวังในการสื่อสารภาษาอื่น นอกจากภาษาอังกฤษของพนักงาน					
34. ความสะดวกในการจองห้องพักทาง โทรศัพท์					
35. ความสะดวกในการจองห้องพักทาง เว็บไซต์					
36. ความสะดวกในการจองห้องพักทาง อีเมล					
37. ความสะดวกในการจ่ายเงินค่ามัดจำ					
38. ความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก					
39. มีบริการ check-in/out เร็วหรือช้ากว่า เวลาปกติ					
40. โรงแรมได้รับการรับรองมาตรฐาน เป็นที่ ยอมรับระดับสากล					
41. โรงแรมมีบริการอื่น ๆ ครบวงจร เช่น สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ภัตตาคารร้านอาหารสินค้า					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญในการเลือก เข้าพักโรงแรม				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
42. โรงแรมมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่าง ๆ					
43. โรงแรมได้รับการแนะนำจากบริษัทนำ เที่ยว					
44. โรงแรมมีบริการซักอบรีด					
45. โรงแรมมีบริการเช่ารถ					
46. โรงแรมมีบริการรถรับส่ง					
47. โรงแรมมีบริการรถสาธารณะผ่าน					
48. โรงแรมมีบริการด้านการจัดเลี้ยง					
49. โรงแรมมีบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา					
50. โรงแรมมีบริการสอบถามข่าวสารข้อมูล					
51. โรงแรมมีบริการโทรศัพท์					
52. โรงแรมมีบริการร้านเสริมสวย					
53. โรงแรมมีบริการที่จอดรถ					
54. โรงแรมมีบริการรับฝากกระเป๋าและ สัมภาระ					
55. โรงแรมมีบริการรักษาพยาบาล					
56. โรงแรมมีบริการด้านไปรษณีย์					
57. โรงแรมมีบริการรับฝากของมีค่า					
58. โรงแรมมีบริการรับเลี้ยงเด็ก					
59. โรงแรมมีบริการรับแจ้งปลุก					
60. โรงแรมมีบริการรับฝากข่าวสารข้อมูล					
61. โรงแรมมีการให้บริการด้านเลขานุการ					
62. โรงแรมมีบริการรับซ่อมและทำความสะอาด สระว่ายน้ำ					

**ส่วนที่ 3** ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ข้อมูลจากท่านมีคุณค่ามากในการนำมาปรับปรุง  
การบริการของโรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่อไป

อัญชิสา จิตร์เลขา  
ผู้ศึกษา

## Questionnaire

### A Comparative Study of Factors Influencing Hotel Selection Among Tourists in Maung District, Surat thani Province

Dear Sir/Madam,

This questionnaire is a partial fulfillment of an independent study for the Master Degree of Management, the School of Management, Walailak University. Information obtained from the questionnaire will be used only for research. The findings from the research will be beneficial for the development of the provincial format of hotel and accommodation services as well as the related operators who can use them as a guideline to upgrade the hotel and accommodation management to be able to provide better response to the needs of the tourists. Answering this questionnaire will take approximately 10 minutes.

This questionnaire is divided into 3 parts;

**Part 1:** General information.

**Part 2:** Factors influencing tourists' hotel selection in Maung District, Surat thani Province.

**Part 3:** Suggestions.

Your cooperation is appreciated.

Thank you.

Anchisa Jitlekha

Researcher

**Instruction** Please tick the answer which corresponds to your information.

**Part 1** Personal Information.

1. Gender [ ]

1) Male

2) Female

2. Age [ ]

1) 15-21 years old

2) 21-30 years old

3) 31-40 years old

4) 41-50 years old

5) 51- 60 years

6) above 60 years old

3. Marital status [ ]

1) Single

2) Married

3) Divorced /Separated

4. Education [ ]

1) Lower than Bachelor degree

2) Bachelor degree

3) Higher than Bachelor degree

5. Occupation [ ]

1) Government Officer

2) Company employee

3) Business owner

4) Others (Please specify.....)

6. Annual Income [ ]

- 1) less than \$ 4,000                       2) \$ 4,001- \$ 8,000  
 3) \$ 8,001- \$ 12,000                       4) \$ 12,001- \$ 16,000  
 5) more than \$ 16,000

7. Region [ ]

- 1) Europe                                       2) Middle East  
 3) America                                       4) Asia  
 5) Other (Please specify region and country.....)

8. What is the purpose of your visit to Maung District, Surat thani Province? [ ]

- 1) leisure                                       2) business/Meeting/Seminar



**Instruction** Please indicate how important these attributes are to your hotel selection.

**Part 2** Factors influencing tourists' hotel selection in Maung District, Surat thani

Province

Factor	Importance Levels in Hotel Selection				
	Not at all	Slightly	Fairly	Very	Extreamly
1. Hotel image and reputation.					
2. Variety of room type.					
3. Facilities provided within the rooms.					
4. Hotel providing security system i.e. security, fire extinguisher, safe deposit.					
5. Various selections of hotel restaurants.					
6. Various Selection of tour programs.					
7. Hotels of good convenient access.					
8. Hotels locating in the city.					
9. Hotels near tourist attractions.					
10. Hotels near night life entertainment.					
11. Hotels near shopping places.					
12. Hotels' design and floor plan.					
13. Decoration of the hotel lobby.					
14. Decoration of the room.					
15. Clear display of room rates.					
16. Room plus breakfast.					
17. Reasonable room rates comparing to other hotels of the same level.					
18. Suitability of room rates comparing with the provided facilities.					

Factor	Importance Levels in Hotel Selection				
	Not at all	Slightly	Fairly	Very	Extreamly
19. Suitability of room rates comparing with the room size.					
20. Room deposit upon making reservation.					
21. Free of charge or only small charge for the facilitation and service.					
22. Hotels offering special price for long stay.					
23. Hotels offering special promotion i.e. 3 nights with 1 night free.					
24. Hotels offering special rate when booking through agencies or companies.					
25. Hotels offering special room rate through online booking.					
26. Hotels offering discount for your company/organization.					
27. Hotels offering discount for using a credit card.					
28. Hotels offering a member card to obtain discount.					
29. Hotels offering free supplement i.e. spa, fitness, yoga.					
30. Hotels organizing event on special days such as New Year Day, Cristmas Songkran Day, etc.					

Factor	Importance Levels in Hotel Selection				
	Not at all	Slightly	Fairly	Very	Extreamly
31. Expecting the correctness of booking staff.					
32. Expecting English communication from hotel staff.					
33. Expecting the ability to communicate in other languages besides English from hotel staff.					
34. Convenience of booking through telephone.					
35. Convenience of online booking.					
36. Convenience of email booking.					
37. Convenience of paying for a room deposit.					
38. The correctness of the reservation system.					
39. Special request allowing for late or early check in/out.					
40. Hotels with standard and universal acceptance.					
41. Hotels offering one stop service i.e. gym, entertainment places, restaurants, shopping places.					
42. Hotels having public relation through media.					
43. Hotels recommended by travel agencies.					

Factor	Importance Levels in Hotel Selection				
	Not at all	Slightly	Fairly	Very	Extreamly
44. Hotel providing Laundry service.					
45. Car rental.					
46. Hotel providing transfer service.					
47. Hotels having public transport passing through.					
48. Hotels offering catering.					
49. Hotels offering currency exchange service.					
50. Hotels providing information service.					
51. Hotels providing telephone service.					
52. Hotels providing beauty salon.					
53. Hotels providing parking service.					
54. Hotels providing baggage and belongings service/deposit.					
55. Hotels providing Medicare service.					
56. Hotels providing postal service.					
57. Hotels providing security for valuable items.					
58. Hotels providing nursery care service.					
59. Hotels providing wake-up service.					
60. Hotels providing leaving message service.					
61. Hotels providing secretary service.					
62. Hotels providing shoes' repair and polishing service.					

**Part 3** Suggestions (Please feel free to offer your narrative observations and suggestions)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your cooperation and for taking the time to complete this questionnaire. Your input will be most valuable in improving services of hotels in the provincial area. We look forward to welcoming you back to Surat thani again soon!

Anchisa Jitlekha

ประวัติผู้เขียน

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	อัญชิสา จิตรเลขา		
วัน เดือน ปี เกิด	14 มกราคม 2526		
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี		
วุฒิการศึกษา	วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
	ศศ.บ. (จิตวิทยาและการแนะแนว)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2547

### ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

นักวิชาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี