

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง

Influences of Product, Location, and Physical Evidence
in Overnight Thai Tourists' Decision Making on Accommodations
in Klaeng District, Rayong Province



อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง

Influences of Product, Location, and Physical Evidence
in Overnight Thai Tourists' Decision Making on Accommodations
in Klaeng District, Rayong Province



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563



©2564

อภิญญา นวลไย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผู้วิจัย อภิญญา นวลใย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.นนทวรรณ ส่งเสริม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ชุติน แก้วพรัตน์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 มีนาคม 2564

อภิญา นวลโย. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว,
มีนาคม 2564, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง (65 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.นนทวรรณ ส่งเสริม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้ำคั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้ำคั้นและใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ท อย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป จำนวน 150 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย 5 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมทั้ง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะคำถามปลายปิด ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ โดยเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลด้านทำเลที่ตั้ง โดยเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิด สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพสามารถอธิบายตัวแปรการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์, ทำเลที่ตั้ง, ลักษณะทางกายภาพ, การตัดสินใจเลือกที่พัก

Nuanyai, A. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), March 2021,
Graduate School, Bangkok University.

Influences of Product, Location, and Physical Evidence in Overnight Thai Tourists' Decision
Making on Accommodations in Klaeng District, Rayong Province (65 pp.)

Advisor: Nonthawan Songserm, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research is to study the influence of products, the location and physical evidence in overnight Thai tourists' decision-making on accommodation, for a case study of Klaeng District, Rayong Province, Thailand. The sample group was 150 Thai tourists who had stayed overnight in Klaeng District, and used the services of a hotel or resort at least one time. The research instrument was a closed-ended questionnaire developed by the researcher and based on the literature review and relevant studies. The questionnaire consisted of five parts. Part one comprised the personal information of the informant, including gender, age, status, education, occupation, average monthly income, and tourism behavior. Part two was the questions about the influence of the products; Part three focused on the location; Part four asked about the physical evidence, and Part five inquired about the overnight Thai tourists' decision-making on the accommodation in Klaeng District. The statistics used for the data analysis involved percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results showed that the location and physical evidence could explain the factors affecting the overnight Thai tourists' decision-making on the accommodation. However, products could not explain the factor affecting the overnight Thai tourists' decision-making on the accommodation.

*Keywords: Product, Location, Physical Evidence, Decision Making on
Accommodations*

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง สำเร็จ ล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.นนทวรรณ ส่งเสริม อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไข ข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้ คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความ สมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และได้สละเวลาอันมีค่ายิ่ง เพื่อตอบแบบสอบถามสำหรับ งานวิจัย ฉบับนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและ สรุปลผลการวิจัยในครั้งนี้

รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทอบรมให้ความรู้แก่ข้าพเจ้า ตลอดช่วงระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดมาเป็นอย่างดีในระหว่างการทำงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และบุคคลในครอบครัวทุกท่านที่ได้ ให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา รวมถึงขอบคุณทุก ๆ ท่านที่ ไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งมีส่วนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้ ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

อภิญญา นวลใย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 คำถามของงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่พักแรม	12
2.4 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.6 สมมติฐาน	22
2.7 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	24
3.1 ประเภทของงานวิจัย	24
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	27
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 วิธีการทางสถิติ	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	36
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	40
4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	41
4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	42
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน	42
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	46
5.1 สรุปผลการวิจัย	47
5.2 อภิปรายผล	49
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	51
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	51
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	57
ประวัติผู้เขียน	65
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	9
ตารางที่ 2.2: แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	10
ตารางที่ 2.3: รายชื่อโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	20
ตารางที่ 4.1: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	31
ตารางที่ 4.2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องพัก	37
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องอาหาร	38
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านบริการอื่น ๆ	39
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในแต่ละด้าน	39
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	40
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	41
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ของการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง	43
ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	44



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	23
ภาพที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ขนาดตัวอย่าง	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (ศูนย์การวิจัยกสิกร, 2563) จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) เปิดเผยว่า แม้ว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ จะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของสถานการณ์ของโลก สภาวะทางเศรษฐกิจภายในประเทศที่เติบโตต่ำกว่าคาดการณ์ และความตึงเครียดทางการค้าและการเมืองระหว่างประเทศ กรุงเทพมหานคร, (2562) ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยบั่นทอนบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวของโลก (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2563) แต่อย่างไรก็ตาม หลายประเทศยังคงพยายามผลักดันภาคการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตนโดยการปรับกลยุทธ์ใหม่ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2562) เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ได้ทำการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่เพื่อทดแทนกลุ่มเดิมที่ชะลอตัว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวจึงได้ทำการผลักดันและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่เมืองรองให้ทั่วถึง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจยิ่งขึ้น และการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องพัฒนารูปแบบการบริการให้มีความหลากหลาย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

ในปี พ.ศ.2557 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ริเริ่มมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อเป็นการสนับสนุนให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทำให้เกิดแนวคิด “การท่องเที่ยวเมืองรอง” ขึ้น โดยมีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแห่งใหม่ มุ่งเน้นการกระจายตัวออกจากเมืองหลัก เพื่อให้รายได้กระจายตัวอย่างทั่วถึง เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสู่ฐานราก และช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมทั้ง ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด (สุดสวาสดิ์ ญัฐวุฒิ ลักษณะปัญญากุล และทวีชัย เจริญเศรษฐศิลป์, 2562) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้สร้างแคมเปญต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนแนวคิดดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นแคมเปญ “การท่องเที่ยววิถีไทย” “เมืองต้องห้าม...พลาด” และ “amazing ไทยเท่” เพื่อสร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของคนไทย แสดงให้เห็นถึงความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ในทุกพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงวิถีไทยในมิติที่ร่วมสมัย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) แคมเปญเหล่านี้ นอกจากจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศในการเดินทางแล้ว ยังช่วยดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของท้องถิ่นไทยอย่างยั่งยืน

ระยอง เป็นจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน 55 เมืองรองจากทั่วประเทศ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง, 2563; ศูนย์วิจัยกสิกร, 2563) ซึ่งมีความพร้อมทั้งทางทรัพยากรธรรมชาติ ทางบกและทางทะเล ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม ความเป็นแหล่งอาหารของประเทศ รวมทั้ง มีระบบสาธารณสุขปโภค สาธารณูปการ และโครงสร้างพื้นฐานที่ดี (วุฒิสาร ตันไชย , 2559) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการเมืองท่องเที่ยว อีกทั้ง ยังตั้งอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ ทำให้ได้รับการพัฒนาเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor หรือ EEC) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) จึงให้จังหวัดระยองได้รับการสนับสนุน โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลตามมา ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดระยองได้ทำการวางแผนและพัฒนารูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยเฉพาะระดับท้องถิ่นให้มีความพร้อมยิ่งขึ้น อาทิ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลให้มีความหลากหลาย การปรับรายการท่องเที่ยวให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนเพื่อเพิ่มการใช้จ่ายในพื้นที่มีมากขึ้นและสอดคล้องกับมาตรการลดหย่อนภาษีแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืน (กรมสรรพากร, 2562)

จากข้อมูลของเทศบาลนครระยอง (2563) พบว่า อำเภอแกลงเป็นหนึ่งในอำเภอที่จังหวัดระยอง พยายามผลักดันในเชิงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและพำนักค้างคืน เนื่องจากอำเภอแกลงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางน้ำ เช่น หัวแหลมปากคลองแกลง แม่น้ำประแสร์ เกาะสามมัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบก เช่น อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา หุบโปรงทอง สวนพฤกษศาสตร์ระยอง และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น อนุสรณ์สถานเรือรบหลวงประแสร์ วัดสารนารถธรรมาราม อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ที่สามารถเยี่ยมชมและทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย รวมทั้ง มีระบบคมนาคมที่สะดวก จากศักยภาพดังกล่าวทำให้หน่วยงานท้องถิ่นพยายามวางมาตรการในการผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างและพัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน (เทศบาลนครระยอง, 2563) แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจที่พักให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วยหลาย ๆ ปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำเลที่ตั้งที่เข้าถึงง่าย รวมทั้งลักษณะกายภาพที่เหมาะสมกับพื้นที่ อันเป็นเหตุผลสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่พัก

จากสถานการณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า แม้ธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอแกลง จังหวัดระยอง กำลังเติบโต โดยเฉพาะด้านที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบค้างคืน แต่จากการศึกษาพบว่า ยังไม่มีข้อมูลที่ระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในพื้นที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนหรือไม่ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ที่สนใจนำผล

การศึกษาที่ได้ไปใช้ในการประกอบเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบที่พึงให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะนำไปสู่การสร้างความประทับใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนในพื้นที่มากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน และพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในอำเภอแก่ง จังหวัดระยองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแก่งจังหวัดระยองแบบค้างคืน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแก่งจังหวัดระยองแบบค้างคืน
- 1.2.3 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแก่งจังหวัดระยองแบบค้างคืน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแก่ง จังหวัดระยองแบบค้างคืน

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของที่พัก

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืน

1.3.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง แบบค้างคืนและใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ท อย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป

1.3.4 ขอบเขตการวิจัยด้านระยะเวลา

การศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลในระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม 2563 ถึง 31 ตุลาคม 2563 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.4 คำถามของงานวิจัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืนหรือไม่

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านที่พักสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ

1.5.2 เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ไปวางแผนในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านที่พัก

1.5.3 เพื่อให้ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษาที่สนใจเกี่ยวกับหัวข้องานวิจัยนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์หรือทำการศึกษาต่อยอด และปรับปรุงงานวิจัยให้ดียิ่งขึ้น

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืน (Overnight Thai Tourists) หมายถึง บุคคลที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยเดินทางออกจากที่พักของตนเอง เพื่อวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว โดยใช้บริการสถานที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 คืน

1.6.2 ที่พัก (Accommodations) หมายถึง สถานที่ประกอบการประเภทโรงแรมเพื่อการพาณิชย์หรือโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3-5 ดาว โดยจะทำการศึกษาเฉพาะที่พักที่มีบริการครบครัน (Full Service)

1.6.3 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่สถานประกอบการประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ทจัดหาไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว เช่น ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม สระว่ายน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

1.6.4 ทำเลที่ตั้ง (Location) หมายถึง สถานที่ตั้งหรือที่อยู่ของสถานประกอบการประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ท รวมทั้ง บริเวณโดยรอบที่สถานประกอบการตั้งอยู่ โดยพิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัยในการมาใช้บริการ และสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ที่พัก

1.6.5 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ผู้ประกอบการออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเชื่อมั่น ทั้งทางร่างกายและจิตใจ เช่น ลักษณะอาคาร การตกแต่ง วัสดุอุปกรณ์ องค์ประกอบด้านแสง สีและเสียง เป็นต้น

1.6.6 การตัดสินใจเลือก (Decision Making) หมายถึง พฤติกรรมในการพิจารณาเลือกสถานประกอบการประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ทที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืน



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่พักแรม
- 2.4 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สมมติฐาน
- 2.7 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยว หรือนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

สมฤดี ช่วยบำรุง (2556) ได้อธิบายความหมายของนักท่องเที่ยวอย่างกว้าง ๆ ไว้ว่า หมายถึง บุคคลที่ใช้เวลาว่างชั่วคราวเพื่อที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งไม่ใช่บ้านของตนเองด้วยความสมัครใจ เพื่อพบกับสิ่งที่แตกต่างไปจากเดิม เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งห่างไกลจากบ้านของตน นักท่องเที่ยวจึงเป็นบุคคลแปลกหน้า แต่มิใช่คนอพยพ หรือคนย้ายถิ่นฐาน การเป็นนักท่องเที่ยวจึงเป็นผู้ที่มีการเคลื่อนย้ายในลักษณะชั่วคราว

วิศนี พูลผล (2556) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน โดยแบ่งเป็นเพื่อธุรกิจ เพื่อครอบครัว เพื่อราชการ และเพื่อการประชุม ในขณะที่นักทัศนาจร คือ บุคคลที่เดินทางมาชั่วคราวใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง

เช่นเดียวกับณัฐนรี ชิวชูเกียรติ (2552) ได้แบ่งผู้มาเยือนไว้ 2 ประเภทและให้ความหมายไว้ดังนี้

นักท่องเที่ยวค้างคืน (Tourists) หมายถึง ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น พักผ่อน ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ การแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น

นักท่องเที่ยวไม่ได้ค้างคืน (Excursionist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาชั่วคราว และอยู่ในจุดหมายปลายทางน้อยกว่า 24 ชั่วโมง เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ผู้ที่มาเยือนจุดหมายปลายทางเป็นการชั่วคราวและมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ นักท่องเที่ยวแบบค้างคืน (Tourist) และ นักท่องเที่ยวแบบไม่ค้างคืน (หรือนักทัศนอาจร) (Excursionist) ซึ่งงานวิจัยนี้จะการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ดังนั้น จึงจะทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบค้างคืน

2.1.2 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กฤติกา สายณะรัตรชัย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2562) สรุปไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจแสดงออกได้หลายรูปแบบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ๆ

อุมาพร บุญเพชรแก้ว (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกด้านความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึง กระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษารายละเอียดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของผู้มาเยือนในการซื้อใช้สินค้าหรือบริการเพื่อการท่องเที่ยว โดยประกอบไปด้วย การค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล

2.1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องการวิเคราะห์พฤติกรรมซื้อตลอดทั้งกระบวนการ โดยสามารถใช้หลักการ 6Ws และ 1H (ตารางที่ 2.1) เป็นการค้นหาลักษณะการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยใช้ 7 คำถาม (อภิวิทย์ ยั่งยืนสถาพร, 2558) ได้แก่

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะผลิออกมาเพื่อจำหน่าย

2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) หมายถึง การศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) หมายถึง การศึกษาวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเหตุของผู้บริโภคว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีการสินค้าของตนเองนั้น เกิดจากเหตุผลใด

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า เนื่องจากผู้ที่ซื้อสินค้าอาจจะไม่ใช่ผู้ที่ตัดสินใจซื้ออย่างแท้จริง

5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร (When does the consumer buy?) หมายถึง ระยะเวลา ช่วงเวลา หรือช่วงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคทำการซื้อสินค้านั้น ๆ

6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) หมายถึง แหล่งที่ ผู้บริโภคเข้าไปเลือกซื้อสินค้า หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคนิยมเข้าไปเลือกซื้อสินค้า

7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) หมายถึง กระบวนการ ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ว่ามีขั้นตอนอย่างไรบ้าง

จากคำถามข้างต้นจะทำให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7Os ดังต่อไปนี้

- 1) ลักษณะผู้บริโภค (Occupants)
- 2) สิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ (Objects)
- 3) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
- 4) ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ (Organizations)
- 5) โอกาสในการซื้อ (Occasions)
- 6) สถานที่ซื้อ (Outlets)
- 7) ขั้นตอนในการซื้อ (Operations)

ตารางที่ 2.1: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบตามหลัก 7 Os
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะผู้บริโภค (Occupants)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ (Organizations) และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) ได้แก่ ระยะเวลาหรือช่วงเวลาในการซื้อ เช่น ช่วงเดือน ช่วงฤดู ช่วงโอกาสพิเศษ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	สถานที่ซื้อ (Outlets)
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the Consumer Buy?)	กระบวนการซื้อ (Operations) ได้แก่ กระบวนการซื้อผลิตภัณฑ์

ที่มา : อภิวิทย์ ยังยืนสถาพร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกลีวาย สร้างมูลค่าสำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จากหลักการข้างต้นจะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการการซื้อของนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 7 คำถาม สามารถนำไปหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำหลักการ วิเคราะห์ 6Ws และ 1H เพื่อนำมาสร้างข้อคำถามถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกที่พักว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อ (Objects) มีอิทธิพลมาจากอะไร

2.1.4 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (อ้างใน อภิวิทย์ ยังยืนสถาพร, 2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโมเดล พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยจะมีการแสดงออกเนื่องจากมีสิ่งเร้า มากระตุ้นความรู้สึก นึกคิดถึงของผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าปัจจัยใดบ้างที่ทำให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภค Kotler ได้ทำการออกแบบและเรียกแบบจำลองนี้ว่า Stimulus - Response Model (S - R Model) หรือแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (ตารางที่ 2.2) โดยมี รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 2.2: แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

สิ่งกระตุ้น (Stimulus)	ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box)	การตอบสนองของผู้บริโภค (Buy's Response)
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) - ผลิตภัณฑ์ - ราคา - ช่องทางการจำหน่าย - การส่งเสริมการตลาด	ลักษณะผู้ซื้อ - วัฒนธรรม - สังคม - จิตวิทยา - ปัจจัยส่วนบุคคล - สถานการณ์ - เทคโนโลยี	- การเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ - การเลือกตราสินค้า - การเลือกผู้ขาย - การเลือกระยะเวลาในการซื้อ - การเลือกปริมาณการซื้อ
สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) - เศรษฐกิจ - เทคโนโลยี - กฎหมายและการเมือง - วัฒนธรรม	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ - รับรู้ปัญหา - ค้นหาข้อมูล - ประเมินทางเลือก - ตัดสินใจซื้อ - พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	

ที่มา : ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2549). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธนาพรส.

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เหตุผลในการเลือกซื้อเกิดจากสิ่งกระตุ้น ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองและจากปัจจัยภายนอก ผู้ประกอบการจะพยายามหาแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ แบ่งออกเป็นปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือกล่องดำ (Buyer's Black Box) เป็นสิ่งที่อยู่ภายในใจ ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ จึงต้องค้นหาสิ่งที่ทำให้รู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลมาจาก 2 ปัจจัย คือ ลักษณะของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจ

3) การสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) ผู้บริโภคจะมีการสนองตอบความต้องการที่ต่างกันออกไปโดยส่งผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

3.1) การเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น การเลือกที่พัก ผู้บริโภคมีทางเลือก คือ โรงแรม โฮมสเตย์ โฮสเทล เป็นต้น

3.2) การเลือกตราสินค้า เช่น การเลือกโรงแรม ผู้บริโภคมีทางเลือก คือ เครือเซ็นทรา รา เครือดุสิต เครือไมเนอร์ เป็นต้น

3.3) การเลือกผู้ขาย เช่น การเลือกซื้อ ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ ซื้อจากพนักงานขายของโรงแรม ซื้อผ่านตัวแทนจำหน่าย ซื้อผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

3.4) การเลือกเวลาในการซื้อ เช่น ช่วงเวลาในการเดินทาง ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ ช่วงวันหยุด ช่วงวันธรรมดา ช่วงเทศกาล เป็นต้น

3.5) การเลือกปริมาณการซื้อ เช่น การเลือกจำนวนห้องพัก ผู้บริโภคมีทางเลือกคือ ซื้อห้องชุดเพื่อจะได้อยู่รวมกัน หรือ ซื้อหลายห้องตามจำนวนคนในกลุ่ม เป็นต้น

จากที่กล่าวมาว่าแสดงว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค เริ่มจากสิ่งกระตุ้น ทั้งภายในร่างกายและภายนอก โดยงานวิจัยนี้จะให้ความสำคัญต่อสิ่งกระตุ้นภายนอก คือ ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น (ตารางที่ 2.2) โดยในกระบวนการซื้อทั่ว ๆ ไป จะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ตอนดังนี้ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2549)

1) รับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าและบริการ จึงหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดมาทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นมา

- 2) ค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการแล้ว ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อ
 - 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลที่ค้นหาแล้ว จะเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินทางเลือกโดยทำการเปรียบเทียบข้อมูลต่าง ๆ
 - 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการตัดสินใจซื้อ หรือเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ สอดคล้องกับความพึงพอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น
 - 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เมื่อมีการตัดสินใจซื้อแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคเมื่อได้ตัดสินใจซื้อไปแล้ว
- จากการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อข้างต้นพบว่า กระบวนการที่นักท่องเที่ยวทำการพิจารณาเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง โดยมีการตระหนักถึงความต้องการ นำไปสู่การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำมาพิจารณาและเปรียบเทียบเพื่อประเมินทางเลือก และตัดสินใจเลือกสิ่งที่มีความต้องการมากที่สุด รวมถึง มีการประเมินผลหลังจากการใช้บริการซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่าจะมีการซื้อซ้ำหรือไม่ โดยงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาถึงขั้นตอนในการประเมินทางเลือก อันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไร

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่พักแรม

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่พักแรม จะทำให้ทราบถึงความหมาย ความสำคัญ ประเภท และองค์ประกอบของที่พักแรม ซึ่งผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการแบ่งจำแนกและกำหนดขอบเขตธุรกิจของที่พักแรมที่จะให้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีเนื้อหา ดังนี้

2.3.1 ความหมายของที่พักแรม

อิสระ อุปดี (2560) กล่าวว่า ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการพาณิชย์ที่ผู้ประกอบการตั้งขึ้น มักจะมีลักษณะเป็นห้องนอนหลาย ๆ ห้องติดกัน มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ

อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) กล่าวว่า ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักค้างคืนชั่วคราว จึงเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินและใช้เวลาพักผ่อนมากที่สุดในการท่องเที่ยวครั้งหนึ่ง ๆ

กฤติกา สายณะรัตน์ชัย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2562) กล่าวว่า ที่พักเป็นสถานที่ให้บริการ ณ สิ่งปลูกสร้างที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ หากลูกค้าต้องการมาใช้บริการ ก็จะต้องเดินทางมายัง สถานที่ที่โรงแรมตั้งอยู่ เช่นการให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่มและบริการอื่น ๆ ตามความต้องการของลูกค้า

สรุปได้ว่าที่พักแรมเป็นสถานประกอบการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พักผ่อนเป็นการชั่วคราว รวมทั้งมีอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการ รวมไปถึง ศูนย์สุขภาพ สระว่ายน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจที่พัก ที่มีการจัดเตรียมบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว เพื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืน

2.3.2 ประเภทของที่พักแรม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ประเภทของที่พักแรมยังไม่มีข้อยุติที่แน่นอน แต่ได้มีการแบ่งไว้หลายรูปแบบตามเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ เช่น แบ่งตามลักษณะทางการตลาด ตามขนาดของโรงแรม ตามระดับการบริการ ตามความเป็นเจ้าของ เป็นต้น ซึ่ง Steadman & Kasavana (1988, อ้างใน วิเชียร เจนตระกูลโรจน์, 2560) กล่าวว่า เกณฑ์การจัดประเภทตามลักษณะของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย เป็นเกณฑ์ที่ควรถูกนำมาใช้มากที่สุด โดยได้แบ่งประเภทที่พักแรมทั้งหมด 9 ประเภทดังนี้

1) โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)

ตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือย่านธุรกิจในเมือง เป็นโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง ร้านอาหาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปา เป็นต้น

2) โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)

ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่สนามบินหรือบริเวณโดยรอบสนามบิน เพื่อให้สะดวกต่อการเดินทาง

3) โรงแรมห้องสูท (Suite Hotels)

โรงแรมห้องสูท มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้ำระดับสูง โดยห้องพักของโรงแรมจะมีขนาดใหญ่ บางห้องอาจมีห้องประชุมขนาดเล็กพร้อมเคาน์เตอร์เครื่องดื่มหรือครัวไว้ในห้องพัก

4) โรงแรมเน้นแขกพักประจำ (Residential Hotels)

มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้ำเข้าพักในระยะยาว โดยตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือย่านธุรกิจในเมือง

5) โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)

ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเมืองท่องเที่ยวอาจจะติดกับ ทะเล น้ำตก ภูเขา เป็นต้น เป็นโรงแรมที่มีทิวทัศน์สวยงามตามธรรมชาติ ให้ความร่มรื่น เหมาะกับการพักผ่อน

6) โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast)

เป็นกิจการที่เจ้าของและครอบครัวบริหารจัดการเอง โดยตั้งอยู่บริเวณชานเมือง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

7) โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel)

โรงแรมคอนโดมิเนียมเป็นอาคารชุดที่จดทะเบียนเป็นโรงแรม โดยมีบางส่วนที่ผู้พัฒนาโครงการได้นำไปใช้ในการให้บริการในลักษณะของโรงแรม โดยโครงการเป็นผู้บริหารเวลาในการเข้าใช้แต่กฎหมายของไทยไม่อนุญาตให้มีการดำเนินการตามรูปแบบดังกล่าว

8) โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels)

เป็นโรงแรมที่มีบริการด้านการพนัน เป็นโรงแรมในกลุ่มคาสิโนมีห้องพักจำนวนมากและมีความหรูหรา

9) ศูนย์ประชุม (Conference Centers)

ศูนย์ประชุมเป็นโรงแรมที่มีห้องประชุมสัมมนาทั้งขนาดใหญ่และเล็กจำนวนมาก โดยกลุ่มลูกค้าหลัก คือ ผู้ที่มาจัดประชุมสัมมนาและงานแสดงนิทรรศการ มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายกับโรงแรม สำหรับค่าบริการก็จะคิดราคาแบบเหมารวมทุกอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นในการค้นหาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืน โดยจะทำการศึกษาเฉพาะที่พักที่มีบริการครบครัน (Full Service) ตามแบบมาตรฐานและเป็นประเภทที่พักที่ปรากฏอยู่ทั่วไปในพื้นที่ ดังนั้น งานวิจัยนี้จะเลือกศึกษาเฉพาะโรงแรมเพื่อการพาณิชย์ และรีสอร์ท

ทั้งนี้เพื่อความชัดเจนของการศึกษา งานวิจัยนี้ได้นำเอาเกณฑ์ตามมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้ทำการจำแนกประเภทโรงแรม ซึ่งได้ยึดแบบตามเกณฑ์จำนวนดาว ดังนี้

1) มาตรฐานโรงแรม 5 ดาว เป็นโรงแรมมีการตกแต่งที่สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เป็นห้องพักมาตรฐานขนาดห้องพักไม่เล็กกว่า 30 ตารางเมตร โทรทัศน์ 20 นิ้วขึ้นไป พร้อมรีโมทคอนโทรล ห้องฟิตเนสมีอุปกรณ์ออกกำลังกายไม่น้อยกว่า 7 ชนิด มีห้องอาหารหลากหลายประเภท

2) มาตรฐานโรงแรม 4 ดาว มีการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ห้องพักมาตรฐานขนาดห้องพักไม่เล็กกว่า 24 ตารางเมตร อุปกรณ์สื่อสาร ภายในห้องน้ำมีอุปกรณ์เครื่องใช้ครบถ้วน ห้องฟิตเนสมีเครื่องออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 5 ชนิด

3) มาตรฐานโรงแรม 3 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานขนาดห้องพักไม่เล็กกว่า 18 ตารางเมตร โทรทัศน์ 14 นิ้วขึ้นไปพร้อมรีโมทคอนโทรล ห้องน้ำมีอุปกรณ์เครื่องใช้ครบถ้วน มีบริการอื่น ๆ เช่น ห้องประชุม ห้องติดต่อธุรกิจ ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น

4) มาตรฐานโรงแรม 2 ดาว เป็นโรงแรมขนาดเล็กมีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์เล็กน้อย

5) มาตรฐานโรงแรม 1 ดาว เป็นโรงแรมที่มีห้องพักเป็นแบบพื้นฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป (นงคฺนุช ศรีธนาอนันต์, 2553)

งานวิจัยนี้จะทำการศึกษาโรงแรมที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) กล่าวคือ เป็นโรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร และสถานบริการอื่น ๆ ตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ (กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจ โรงแรม, 2551) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ดังนั้น งานวิจัยนี้จะนำมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2557) มาเป็นเกณฑ์ โดยจะทำการศึกษาที่พักประเภทโรงแรมและโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3 ดาวขึ้นไป เนื่องจากมีรูปแบบที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของโรงแรมที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

2.3.3 ลักษณะเฉพาะของโรงแรม

ธุรกิจประเภทโรงแรมมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

- 1) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนจำกัด (Fixed Capacity)
- 2) สูญเสียผลประโยชน์ได้โดยง่าย (Perishable)
- 3) สินค้าไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible Nature of Service)
- 4) กระบวนการผลิต (Production Process)
- 5) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel)
- 6) มีต้นทุนไม่แน่นอน (Cost Determinant)
- 7) ต้องใช้แรงงานมนุษย์เป็นกำลังสำคัญ (Labor)

2.3.4 องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกที่พัก

ตามที่กล่าวมาในข้างต้นว่า โดยทั่วไปธุรกิจที่พักจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็มักจะใช้ปัจจัยเหล่านี้มาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว โดยพบว่านักวิจัยมักใช้องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558) เช่นเดียวกับงานวิจัยนี้ ซึ่งมีข้อมูลในแต่ละด้าน ดังนี้

P1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นหรือจัดหามาให้เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่มาใช้บริการ โดยธุรกิจที่พักมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ส่วน คือ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ควรถูกออกแบบเพื่อดึงดูดใจให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกพึงพอใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ (เจดศักดิ์ มานะ, 2559)

P2 ด้านราคา (Price) การกำหนดราคาสินค้าและบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางแผนทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและยอมรับ (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

P3 ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) เป็นสถานที่ตั้งและที่อยู่ของที่พัก รวมถึง สิ่งแวดล้อม โดยรอบสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะคำนึงถึงการเดินทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย มีสาธารณูปโภคที่ครบครัน และขนาดของโรงแรมกับสถานที่ตั้งมีความสัมพันธ์กัน (กฤติกา สายณรัตรชัย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, 2562)

หรือ อีกความหมายหนึ่ง คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการด้านที่พักสามารถเข้าถึงและซื้อได้อย่างสะดวกสบาย ซึ่งมีหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์โรงแรม แผนกจองของโรงแรม ระบบจองกลาง ระบบกระจายห้องพักรั่วทั่วโลก ตัวแทนจัดจำหน่าย สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น (พิศมัย สุตะวงศ์, 2561)

P4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นมา สำหรับใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

P5 ด้านบุคคล (People) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้ที่มารับบริการ เป็นผู้ที่มีความพร้อมและทักษะเฉพาะในการตอบสนองต่อความต้องการ สามารถสร้างความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมแก่บุคลากรและมีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

P6 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนและวิธีการในดำเนินงานที่ผู้ประกอบการ ออกแบบและวางแผนมาเพื่อเสนอแก่ผู้มารับบริการ ตั้งแต่ขั้นตอนการให้ข้อมูล การแนะนำสินค้าหรือบริการ การจอง การขาย การรับชำระเงิน การให้บริการ และการบริการหลังการขาย นับเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการมากที่สุด (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

P7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่สถานประกอบการ นำเสนอให้เห็นเป็นรูปธรรม เป็นสิ่งที่ผู้มารับบริการมองเห็นเป็นสิ่งแรกและนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ เช่น ความสะอาด การตกแต่งสถานที่ การแต่งกายของพนักงาน ตราสินค้า โดยสิ่งเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ (ณุตตรา จัดแจง, 2557)

ในงานวิจัยนี้ต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืน โดยจะทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านลักษณะทางกายภาพของโรงแรมและโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3-5 ดาว ทั้งนี้ ได้นำมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) มาเป็นเกณฑ์และข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

ห้องพัก

- มีขนาดของห้องพักไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด
 - องค์ประกอบภายในห้องพัก เช่น ประตู โข้วคล้องประตูหรือสิ่งทดแทน ตามแนวหรือสิ่งทดแทน แผ่นผนังทางหนีไฟ อุปกรณ์ควบคุมการใช้ไฟฟ้า ปลั๊กสำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้า Sprinkle Smoke detector
 - เฟอร์นิเจอร์ในห้องพัก เช่น ที่วางสัมภาระ ตู้หรือชั้นวางเสื้อผ้า เติง โซฟา โต๊ะกาแฟ โต๊ะเก้าอี้ทำงาน โต๊ะเครื่องแป้งและเก้าอี้ ม่าน
 - เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์สีพร้อม Remote Control บริการฟรีทาง Satellite, Cable & Inhouse Channels ตู้เย็น เครื่องเสียง โทรศัพท์ที่สามารถโทรทั้งภายในและต่างประเทศ เครื่องต้มน้ำร้อนหรือเครื่องชงกาแฟ
 - อุปกรณ์ของใช้ภายในห้องพัก เช่น แก้วน้ำ น้ำดื่ม กาแฟ ชา น้ำตาล และครีม
- รองเท้าแตะ
- ห้องน้ำภายในห้องพัก เช่น ฝักบัวอาบน้ำหรืออ่างอาบน้ำ โดร์เป่าผม ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ชุดของใช้ในห้องน้ำ (Amenities)

อาหารและเครื่องดื่ม

- มีห้องอาหาร หรือ คอฟฟี่ช็อปไว้บริการ
- มีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ ถูกสุขอนามัย และมีรสชาติอร่อย
- มีการจัดวางและตกแต่งอาหาร และเครื่องดื่มอย่างสวยงาม
- มีเมนูอาหาร Room Service

บริการอื่น ๆ

- มีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย
- มีโทรศัพท์ที่สามารถโทรทั้งภายในและต่างประเทศ
- มีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย
- มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และบริการให้ข้อมูลที่น่าสนใจ และข้อมูล

บริเวณรอบที่พัก

- บริการซักอบรีด
- ร้านขายของ เช่น ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายเสื้อผ้า
- มีบริการด้านธุรกิจ เช่น การจัดเลี้ยง การจัดประชุมและสัมมนา Business

Center

- มีการให้บริการจัดนำเที่ยว

2) ด้านทำเลที่ตั้ง ประกอบด้วย

สถานที่ตั้งและการเดินทาง

- สถานที่ตั้งที่เหมาะสม
- ความปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทาง

ป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์

- มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของที่พักแสดงอย่างชัดเจน ไม่ชำรุดพร้อมไฟส่องสว่าง

ในเวลากลางคืน ทั้งนี้ ป้ายชื่อหลักต้องเป็นภาษาไทยเห็นได้ชัดอยู่ด้านหน้าหรือด้านบน
ภาษาต่างประเทศ

ที่จอดรถ และบริการ รับ - ส่ง

- ที่จอดรถมีความปลอดภัยสูง
- มีแสงสว่างและไฟส่องสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน
- มีที่จอดรถจำนวนเหมาะสมกับประเภทและระดับที่พัก

3) ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย

- อาคารมีความสะอาด ปลอดภัย
- มีภูมิทัศน์ หรือตกแต่งบริเวณด้านหน้าและโดยรอบที่พักร้อยอย่างดี สะอาด และ
ออกแบบสวยงาม
- เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ ภาชนะเครื่องใช้อยู่ในสภาพดี
- แยกบริเวณสูบบุหรี่ โดยมีป้ายห้ามสูบบุหรี่แสดงไว้อย่างชัดเจน
- มีเคาน์เตอร์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกทดแทนสำหรับลงทะเบียนไว้บริการ
- โถงต้อนรับมีขนาดความกว้างและตกแต่งอย่างเหมาะสมกับประเภทและระดับ
ของที่พัก
- มีลิฟท์มีจำนวนและขนาดเพียงพอแก่การใช้งาน

2.4 ข้อมูลพื้นฐานของอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

อำเภอแกลงหรืออีกชื่อหนึ่งคือ “สามย่าน” ในอดีตเคยเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดจันทบุรี ต่อมาได้ยกอำเภอเมืองแกลงมาขึ้นกับจังหวัดระยอง (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแกลง จังหวัดระยอง, 2560)

การเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองสามารถเดินทางได้หลายวิธี ดังนี้

การเดินทางโดยเครื่องบิน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางลงที่สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา-ระยอง-พัทยา ซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอแกลง จังหวัดระยองประมาณ 90 กิโลเมตร โดยมีบริการรถแท็กซี่ และรถตู้ของเอกชนจากสนามบินมายังอำเภอแกลง

เดินทางด้วยรถยนต์ สามารถใช้เส้นทางได้หลากหลาย ได้แก่ 1) จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ระยะทางประมาณ 188 กิโลเมตร 2) จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางทางพิเศษบูรพาวิถี ระยะทางประมาณ 198 กิโลเมตร และ 3) จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางทางหลวงหมายเลข 7 ระยะทางประมาณ 175 กิโลเมตร

เดินทางรถโดยสารประจำทาง ได้แก่ 1) สถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) มีรถประจำทางไปยังอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง ได้แก่ สายกรุงเทพฯ-ระยอง 2) สถานีขนส่งหมอชิต มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศชั้น 2 หมอชิต-ระยอง เพื่อเดินทางไปยังอำเภอแก่ง

ปัจจุบัน อำเภอแก่งมีความเติบโตทางเศรษฐกิจในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านเกษตรกรรมและการท่องเที่ยว ด้านเกษตรกรรม อำเภอแก่งเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพ บนเนื้อที่กว่า 78,656 ไร่ และปริมาณมากที่สุดของจังหวัดระยอง ไม่ว่าจะเป็นลองกอง ทุเรียน เงาะ และมังคุด สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรจำนวนมาก และยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเนื่องจากมีต้นทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เช่น หาดแหลมแม่พิมพ์ อ่าวไข่ม้วนน้ำประแส แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น วัดแหลมสน ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์อนุสาวรีย์สุนทรภู่ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น สวนบ้านเรา สวนคุณพิชัย สวนคุณเสริมศักดิ์ เป็นต้น

ด้วยเหตุผลข้างต้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในอำเภอแก่งจำนวนมาก โดยเฉพาะในวันหยุด ผู้ประกอบการจึงเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างที่พักเพื่อรองรับผู้ที่มาเยือน (เทศบาลนครระยอง, 2563) ปัจจุบัน อำเภอแก่ง มีจำนวนที่พัก จำนวน 33 แห่ง (ตารางที่ 2.3) (สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง, 2561)

ตารางที่ 2.3: รายชื่อโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

โรงแรมมาตรฐาน 5 ดาว	
Aksorn Rayong, The Vitality Collection	ระยอง แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา
โรงแรมมาตรฐาน 4 ดาว	
โนโวเทล ระยอง ริมแพ รีสอร์ท	แกรนด์บลู รีสอร์ท
ดิ โอเรียนทอล บีช รีสอร์ท	Centara Q Resort Rayong
ลมทะเล ชาเลต์ รีสอร์ท	
โรงแรมมาตรฐาน 3 ดาว	
โรงแรมแม่พิมพ์รีสอร์ท	บ้านสวนอ่าวไข่ บีช รีสอร์ท ระยอง
รีอค การ์เดน บีช รีสอร์ท	ระยอง ชาเลต์ รีสอร์ท
เฮอานาวิรีสอร์ท	ซี เนเจอร์ ระยอง รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล
วิลลา บาห์ลี อีโค รีสอร์ท แอนด์ บาห์ลี พิช	ต้นอ้อ ออน เดอะ บีช รีสอร์ท แอนด์
เซอร์เรีย	เรสเทอรองท์
Baan Baitan Resort	Koh Munnork Resort
เควิน รีสอร์ท	พิมพ์ธาราบีช รีสอร์ท
Sea14 Resort	ชิกแก่น เฮ้าส์
Maephim Ocean Bay	สันทราย รีสอร์ท ระยอง
เดอะทอย อาร์ต รีสอร์ท	The Beach Park & The Beach House Resort
อมรพันธุ์วิลลา รีสอร์ท ระยอง	โรงแรม หินสวย น้ำใส รีสอร์ท
บ้านสุดสาคร โฮมสเตย์	ระยอง เรนทอลล์ อวาทารา
ปัญญาธารา ออน ซี ระยอง	ระยอง เรนแทล วิลลา
วิลล่า ณีภู	7 มวยไทย ยิม แอนด์ บีช รีสอร์ท
เดอะปรีนซ์เซสส์บีช รีสอร์ท	

ที่มา : Traveloka. (ม.ป.ป). รายชื่อโรงแรมในอำเภอแกลง, ประเทศไทย. สืบค้นจาก

<https://www.traveloka.com/th-th/hotel/thailand/city/klaeng-district-10000905/hotel>.

นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้กำหนดจุดยืนในการทางยุทธศาสตร์ในการพัฒนา
ด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หันมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง

มากขึ้นและนักธุรกิจจากการเปิดเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ดังนั้น ธุรกิจที่ปักในอำเภอแก่งยังมีโอกาสเติบโตในอนาคต (เทศบาลนครระยอง, 2563)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมพร ลิ้มศิริวัฒน์ (2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ขณะปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านราคาที่ไม่สูงเหมาะสมบริการที่ได้รับ

นิยม เจริญศิริ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านการคมนาคมขนส่งมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านกลุ่มอ้างอิง สำหรับกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในขั้นตอนการประเมินที่พักแรมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมหลังการเข้าพักแรม

จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านราคาและความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศและระดับรายได้ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท

ชมัยพร แก้วรอด (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน มีความถี่ในการเข้าใช้บริการโรงแรมระหว่าง 2-3 ครั้งต่อปี จองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด เข้าพักแรมเฉลี่ยระหว่าง 2-3 คืน ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อวันอยู่ระหว่าง 1,501-2,500 บาท และรู้จักโรงแรมที่เข้าพักจากสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และอาชีพที่ต่างกันทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมไม่แตกต่างกัน

ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกัน กล่าวคือ

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพราะชื่อเสียงของโรงแรม โดยเข้าพักต่อครั้ง 2 คืน เดินทางร่วมกับครอบครัวหรือญาติ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว

ใจดาว พันธุ์ปัญญากรกุล (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้ห้องพักโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ประภัสสร เจียวีย์ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมไอริชพีช ชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่

พงษ์สิทธิ์ เผื่อนกลาง (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าเป็นผู้ที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

2.6 สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

2.7 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีกรอบแนวคิดตามทฤษฎี (ภาพที่ 2.1) ดังนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกที่พัก โดยรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานวิจัย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมุ่งเน้นศึกษาให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความสมบูรณ์และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์วิจัย

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืนและใช้บริการที่พักโรงแรม อย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง ดังนี้

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cohen (1997) โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.2 (ภาพที่ 3.1) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen และผ่านการตรวจสอบและรับรองจาก นักวิจัยหลายท่าน (Buchner, 2010; Erdfelder, 1996 และ นางลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ซึ่งเป็นการกำหนดตามสถิติ การวิเคราะห์ด้วยวิธีสมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านลักษณะทางกายภาพ

ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักที่ส่งผลถึงตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแกลงจังหวัดระยองแบบค้างคืน ซึ่งกำหนดค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ได้ดังนี้

f^2 คือ ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เป็นค่าสถิติที่ใช้บอกขนาดความต่าง เมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ = 0.15

α คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ (Level of Significant) หรือความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบ (Error Probability) โดยกำหนดที่ระดับ 0.05 (=0.05) เท่ากับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

1- β คือ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test) โดยกำหนดให้ผลต่างของความผิดพลาดเท่ากับ 0.05 และความน่าจะเป็นในการตัดสินใจที่ถูกต้อง = 0.95

Number of Predictors คือ จำนวนตัวแปรทำนาย = 4

จากผลการคำนวณ ผลที่ได้คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 129 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดในกรณีตอบคำถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง

ภาพที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ขนาดตัวอย่าง

Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Effect size f^2	Noncentrality parameter λ	19.3500000
	α err prob	Critical F	2.4447662
	Power ($1-\beta$ err prob)	Numerator df	4
	Number of predictors	Denominator df	124
		Total sample size	129
		Actual power	0.9505747

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน งานวิจัยนี้จึงใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) ด้วยเทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) (อัศวิน แสงพิบูล, 2556) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายัง

อำเภอแก่ง จังหวัดระยองแบบค้างคืนและเคยใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ทอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามโรงแรมและโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3 – 5 ดาวที่ตั้งอยู่ในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง รวมทั้ง ทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อ และที่พักแรม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้ง ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นจึงจะสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดตามทฤษฎี สำหรับงานวิจัยนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะคำถามปลายปิด (Close –end Response Questions) แบบเลือกตอบ (Check List) (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิดประกอบด้วย คำตอบย่อย ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) (พุทธิพันธ์ ปัญญาพัฒน์, 2560)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิดประกอบด้วย คำตอบย่อย ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแก่ง จังหวัดระยองโดยเป็นคำถามปลายปิดประกอบด้วย คำตอบย่อย ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) (จันทิมา รักมันเจริญ, 2558)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิดประกอบด้วย คำตอบย่อย ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) (สังวาลย์ ครีกครั้น, 2560)

จากนั้น จะใช้แบบสอบถามดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และแสดงผลการวิจัยเป็นจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2-5 เป็นคำถามที่มีลักษณะปลายปิด โดยจัดระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งทำขึ้นมาเพื่อให้คะแนนแบบวัดเจตคติตามหลักของ Likert (Likert's Scale) ลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5
ระดับความคิดเห็นมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
ระดับความคิดเห็นน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1

สำหรับการแปลผลข้อมูลความหมายของคะแนน โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับของคะแนน}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การประเมินผลและการแปลผลค่าเฉลี่ยในส่วนของการวิจัยเชิงพรรณนา มีรายละเอียด ดังนี้

ช่วงชั้นคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 – 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.61	ระดับน้อย
2.62 – 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 – 4.23	ระดับมาก
4.24 – 5.00	ระดับมากที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

แบบสอบถามที่นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตามขั้นตอนและรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.1 นำแบบสอบถามที่จะใช้เป็นเครื่องมือมาทบทวนวัตถุประสงค์และความเชื่อมโยงกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกัน แล้วจึงนำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้อง จากนั้นนำคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจนและครอบคลุมมากขึ้น

3.4.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่จะให้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.4.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บข้อมูลเหมือนจริง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อพิจารณาภาษาและรูปแบบของแบบสอบถาม จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อให้เครื่องมือมีความสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้นก่อนการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ค่า Cronbach's Alpha อยู่ที่ 0.80 ซึ่งไม่น้อยกว่า 0.65 (Nunnally, 1975 อ้างใน กัลยา เมืองตะ, 2559) จึงแสดงให้เห็นว่า เครื่องมือนี้มีความเชื่อถือได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง และเก็บข้อมูลแบบออนไลน์โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.5.1 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง

- 1) จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ประสานกับเจ้าของโรงแรม ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เพื่อนัดวันและเวลาขอเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้าพักในโรงแรม
- 2) ดำเนินการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ โรงแรมที่อนุญาตให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ได้แก่ (1) Aksorn Rayong, The Vitality Collection (2) วิลล่า ฌันธุ์ (3) แกรนด์บลู รีสอร์ท และ (4) เฮอานาวิรีสอร์ท โดยได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 70 ฉบับ
- 3) นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในแต่ละชุดเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

3.5.2 การเก็บข้อมูลแบบออนไลน์

- 1) ทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form เพื่อเก็บข้อมูลจาก

- ผู้เคยใช้บริการมีที่พักประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ทในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง อย่างน้อย 1 ครั้ง โดยทำโพสต์ในกลุ่มเฟซบุ๊กที่เกี่ยวกับที่พักใน จังหวัดระยอง จำนวน 3 กลุ่ม โดยได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 80 ฉบับ
- 2) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามออนไลน์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทาง สถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

3.6 วิธีการทางสถิติ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งแบ่ง ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการแจกแจง ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนที่ 2 – 5 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3.6.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับ ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

โดยใช้การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

โดยใช้การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

โดยใช้การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน

ทั้งนี้ เพื่อให้การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสื่อความหมายได้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
b	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
R^2	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์หรือประสิทธิภาพในการทำนาย
β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
Sig.	แทน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืนและใช้บริการที่พักโรงแรมอย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป จำนวน 150 คน โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ โรงแรมที่อนุญาตให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 70 ฉบับ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลออนไลน์ ได้แบบสอบถามกลับมา จำนวน 80 ฉบับ รวมทั้งหมด 150 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายบริการที่พัก ช่องทางการจองที่พัก และที่พักที่เลือกใช้บริการ ในรูปของจำนวนและร้อยละ แสดงผลดังตารางที่ 4.1 - 4.11

ตารางที่ 4.1: จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

(n = 150)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	54	36.00
หญิง	96	64.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	4.67
21-30 ปี	42	28.00
31-40 ปี	53	35.33
41-50 ปี	44	29.33
51-60 ปี	4	2.67
3. สถานภาพ		
โสด	47	31.33
สมรส	66	44.00
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	37	24.67

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

(n = 150)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	34.67
ปริญญาตรี	57	38.00
สูงกว่าปริญญาตรี	41	27.33
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	12	8.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	22.67
พนักงานบริษัทเอกชน	39	26.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	40	26.67
พ่อบ้าน แม่บ้าน	9	6.00
รับจ้างทั่วไป	16	10.66
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	32	21.33
15,001-25,000 บาท	40	26.67
25,001-35,000 บาท	50	33.33
35,001-45,000 บาท	17	11.33
45,001-55,000 บาท	10	6.67
55,001 บาทขึ้นไป	1	0.67
6. จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว		
1 ครั้ง	45	30.00
2 ครั้ง	67	44.67
3 ครั้ง	31	20.66
4 ครั้งขึ้นไป	7	4.67

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

(n = 150)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง		
เพื่อพักผ่อน	48	32.00
เพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม หรือสัมมนา	43	28.67
เพื่อพบปะญาติหรือเพื่อน	43	28.67
เพื่อหยุดพักระหว่างการเดินทางต่อไปที่อื่น	16	10.66
8. ค่าใช้จ่ายบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืน ต่อห้อง		
น้อยกว่า 1,000 บาท	3	2.00
1,000 – 1,999 บาท	27	18.00
2,000 – 2,999 บาท	86	57.33
3,000 – 3,999 บาท	21	14.00
4,000 บาทขึ้นไป	13	8.67
9. ช่องทางการจองที่พัก		
เว็บไซต์ของที่พัก	34	22.67
โทรศัพท์	21	14.00
เดินทางมาจองที่พักด้วยตนเอง	39	26.00
บริษัทรับจองที่พักออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Expedia	45	30.00
ตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)	11	7.33
10. ที่พักที่เลือกใช้บริการ		
แกรนด์บลู รีสอร์ท	17	11.33
เควิน รีสอร์ท	1	0.67
ซิกแก่น เฮ้าส์	5	3.33
เซอร์เรีย	1	0.67
ดี โอเรียนทอล บีช รีสอร์ท	4	2.67
เดอะทอย อาร์ต รีสอร์ท	5	3.33

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

(n = 150)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เดอะปรีนซ์เซสส์บีช รีสอร์ท	1	0.67
ต้นอ้อ ออน เดอะ บีช รีสอร์ท แอนด์เรสเทอรองท์	1	0.67
ปัญดารา ออน ซี ระยอง	3	2.00
บ้านสวนอ่าวไข่	3	2.00
บ้านสุตสาคร โฮมสเตย์	4	2.67
พิมพ์ธาราบีช รีสอร์ท	8	5.33
รีอค การ์เดน บีช รีสอร์ท	3	2.00
ระยอง ชาเลต์ รีสอร์ท	3	2.00
ระยอง แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา	2	1.33
ระยอง เรนทิล อวาธารา	4	2.67
ระยอง เรนเทล วิลลา	1	0.67
โรงแรมแม่พิมพ์รีสอร์ท	14	9.33
โรงแรม หินสวย น้ำใส รีสอร์ท	4	2.67
ลมทะเล ชาเลต์ รีสอร์ท	7	4.66
วิลลา ณีภูมิจู	14	9.33
สันทราย รีสอร์ท ระยอง	8	5.33
เฮอานาวีรีสอร์ท	10	6.67
Aksorn Rayong, The Vitality Collection	23	15.33
Baan Baitan Resort	1	0.67
Sea14 Resort	3	2.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา เป็นเพศชาย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.33 อายุ 21-30 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และอายุ 51-60 ปี

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 รองลงมา สถานภาพโสด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-55,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเคยท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง 2 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมา เคยมา 1 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 เคยมา 3 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 และเคยมา 4 ครั้งขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เพื่อพักผ่อน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา เพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม หรือสัมมนา และเพื่อพบปะญาติหรือเพื่อน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 เท่ากัน และเพื่อหยุดพักระหว่างการเดินทางต่อไปที่อื่น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืนต่อห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคืนต่อห้อง 2,000 – 2,999 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย 1,000 – 1,999 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 มีค่าใช้จ่าย 3,000 – 3,999 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มีค่าใช้จ่าย 4,000 บาทขึ้นไป จำนวน 13

คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 และมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ช่องทางการจองที่พัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองที่พักผ่านบริษัทรับจองที่พักออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Expedia จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา เดินทางมาจองที่พักด้วยตนเอง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 จองที่พักผ่านเว็บไซต์ของที่พัก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 จองที่พักผ่านโทรศัพท์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และจองที่พักผ่านตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 ตามลำดับ

ที่พักที่เลือกใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักที่ Aksorn Rayong, The Vitality Collection จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 รองลงมา เลือกพักที่แกรนด์ลู รีสอร์ท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 เลือกพักที่โรงแรมแม่พิมพ์รีสอร์ท และวิลล่า ฌ์ญ์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 เท่ากัน เลือกพักที่เฮซานาวีรีสอร์ท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และเลือกพักที่พิมพัธราปิซ รีสอร์ท และสันทราย รีสอร์ท ระยอง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 เท่ากัน ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ห้องพัก ห้องอาหาร บริการอื่น ๆ ด้วยการนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4.2 – 4.5

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านห้องพัก

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องพัก

ด้านห้องพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย	3.37	0.84	ปานกลาง
2. ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง	3.85	0.70	มาก
3. สภาพภายในห้องพักมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.56	0.81	มาก
4. ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น	3.67	0.84	มาก
5. ภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	3.79	0.84	มาก
รวม	3.65	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง และภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น ($\bar{X} = 3.66$) สภาพภายในห้องพักมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.55$) และมีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านห้องอาหาร

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องอาหาร

ห้องอาหาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีห้องอาหาร หรือ คอฟฟี่ช็อปไว้บริการ	3.37	0.88	ปานกลาง
2. มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย	3.85	0.75	มาก
3. อาหารและเครื่องดื่มมีรายละเอียดและราคาอย่างชัดเจน	3.56	0.84	มาก
4. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและถูกสุขอนามัย	3.67	0.71	มาก
5. มีอาหารที่รสชาติอร่อย	3.79	0.76	มาก
รวม	3.65	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องอาหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ มีอาหารที่รสชาติอร่อย ($\bar{X} = 3.79$) มีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.67$) อาหารและเครื่องดื่มมีรายละเอียดและราคาอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.56$) และมีห้องอาหาร หรือ คอฟฟี่ช็อปไว้บริการ ($\bar{X} = 3.37$) ตามลำดับ

4.2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านบริการอื่น ๆ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านบริการอื่น ๆ

ด้านบริการอื่น ๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3.65	0.80	มาก
2. มีบริการด้านนันทนาการ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สปา ไร่บริการ	3.39	0.88	ปานกลาง
3. มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ	3.91	0.74	มาก
รวม	3.65	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านบริการอื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 3.91$) และมีบริการด้านนันทนาการ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สปา ไร่บริการ ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

4.2.4 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในแต่ละด้าน

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านห้องพัก	3.63	0.50	มาก
ด้านร้านอาหาร	3.65	0.49	มาก
ด้านบริการอื่น ๆ	3.65	0.55	มาก
รวม	3.64	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ด้านที่ร้านอาหารและบริการอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.65$) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยการนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4.6

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ด้านทำเลที่ตั้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สถานที่ตั้งของที่พักมีความปลอดภัย	3.38	0.79	ปานกลาง
สถานที่ตั้งของที่พักมีความสะดวกในการเดินทาง	3.80	0.80	มาก
สถานที่ตั้งของที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.50	0.84	มาก
บรรยากาศโดยรอบที่พักมีความเหมาะสมเข้ากับสถานที่	3.71	0.76	มาก
รวม	3.60	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของที่พักมีความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ บรรยากาศโดยรอบที่พักมีความเหมาะสมเข้ากับสถานที่ ($\bar{X} = 3.71$) สถานที่ตั้งของที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.50$) และสถานที่ตั้งของที่พักมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
อาคารอยู่ในสภาพดี	3.37	0.81	ปานกลาง
การตกแต่งโดยรอบของที่พักมีความสวยงามเข้ากับสถานที่	3.89	0.76	มาก
มีระบบรักษาความปลอดภัยของที่พัก/ห้องพักที่เข้มงวด เช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ไฟฟ้าสว่าง	3.50	0.73	มาก
มีการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม	3.63	0.80	มาก
รวม	3.60	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ การตกแต่งโดยรอบของที่พักมีความสวยงามเข้ากับสถานที่ ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือมีการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.63$) และอาคารอยู่ในสภาพดี ($\bar{X} = 3.37$)

4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้วยการนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 4.8

4.5.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการที่พักแห่งนี้	3.38	1.00	ปานกลาง
หากท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ท่านจะเลือกมาใช้บริการที่พักแห่งนี้อีกครั้ง	3.72	0.83	มาก
รวม	3.55	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ หากท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ท่านจะเลือกมาใช้บริการที่พักแห่งนี้อีกครั้ง ($\bar{X} = 3.72$) ลำดับรองลงมา คือ ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการที่พักแห่งนี้ ($\bar{X} = 3.38$)

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน

งานวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการทดสอบสมมติฐานนำเสนอตาราง 4.9 – 4.10 ตามลำดับ โดยผู้วิจัยตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ตัวแปร	b	Std. Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	0.149	0.392		0.380	0.704
ผลิตภัณฑ์	0.071	0.191	0.043	0.371	0.711
ทำเลที่ตั้ง	0.521	0.155	0.362	3.363	0.001*
ลักษณะทางกายภาพ	0.579	0.176	0.366	3.294	0.001*

$r = 0.644$, $\text{adj. } r^2 = 0.415$, $F = 34.530$, $p = 0.000$ * $p < .05$

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง คิดเป็นร้อยละ 41.5 เมื่อพิจารณาจากค่า b พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง มีน้ำหนักเท่ากับ 0.521 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีน้ำหนักเท่ากับ 0.579 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ถ้าองค์ประกอบของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มมากขึ้น จะก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้ำคั้นใน

อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และจากผลดังกล่าว สามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\text{การตัดสินใจเลือกที่พัก} = 0.149 \text{ ค่าคงที่} + 0.071 \text{ ด้านผลิตภัณฑ์}^{\text{ns}} + 0.521 \text{ ด้านทำเลที่ตั้ง} \\ + 0.579 \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ}$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยองจะเพิ่มขึ้น 0.521

รวมทั้ง หากเพิ่มปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง จะเพิ่มขึ้น 0.579 หน่วย

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	✗
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	✓
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง	✓

✓ ยอมรับสมมติฐาน ✗ ปฏิเสธสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของที่พักส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแกลงจังหวัดระยองแบบค้างคืน

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแกลงจังหวัดระยองแบบค้างคืน

3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางยังอำเภอแกลงจังหวัดระยองแบบค้างคืน

กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยองแบบค้างคืนและใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมหรือโรงแรมรีสอร์ทอย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 13 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 4 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

เมื่อพัฒนาแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระแล้วแก้ไขตามคำแนะนำ จึงทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืนและใช้บริการที่พักโรงแรม อย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไป ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน และได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในภาพรวม (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่า Cronbach's Alpha อยู่ที่ 0.80 แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือนี้มีความน่าเชื่อถือ นำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไปได้

การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ที่เดินทางมาพักในที่พักระเบียงโรงแรมและโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3 – 5 ดาวในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 26 แห่ง และเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ผลปรากฏว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100.00 จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับผลการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001-35,000 บาท ส่วนใหญ่เคยท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง 2 ครั้ง โดยวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน โดยมีค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืนอยู่ที่ 2,000 – 2,999 บาท และส่วนใหญ่ทำการจองที่พักผ่านบริษัทรับจองออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Expedia และเลือกพักที่ Aksorn Rayong, The Vitality Collection

5.1.2 ผลสรุปข้อมูลระดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านห้องพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรก ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง และภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม รองลงมาคือ ห้องพักรมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น สภาพภายในห้องพักมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ด้านร้านอาหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรก มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย รองลงมาคือ มีอาหารที่รสชาติอร่อย มีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและถูกสุขอนามัย อาหารและเครื่องดื่มมีรายละเอียดและราคาอย่างชัดเจน และมีห้องอาหาร หรือ คอฟฟี่ช็อปไว้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรก มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รองลงมาคือ มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ และมีบริการด้านนันทนาการ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สปา ไว้บริการ

5.1.3 ผลสรุปข้อมูลระดับของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรก สถานที่ตั้งของที่พักมีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือ บรรยากาศโดยรอบที่ที่พักมีความเหมาะสมเข้ากับสถานที่ สถานที่ตั้งของที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ตั้งของที่พักมีความปลอดภัยตามลำดับ

5.1.4 ผลสรุปข้อมูลระดับของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรก การตกแต่งโดยรอบของที่พักมีความสวยงามเข้ากับสถานที่ รองลงมาคือมีการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม และอาคารอยู่ในสภาพดี

5.1.5 ผลสรุปข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ อันดับแรกคือ หากท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ท่านจะเลือกมาใช้บริการที่พักแห่งนี้อีกครั้ง และท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการที่พักแห่งนี้

5.1.6 ผลสรุปข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโรงแรมและโรงแรมรีสอร์ทระดับ 3 – 5 ดาวไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เนื่องจากที่พักระดับดังกล่าวจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีร้านอาหารในที่พักที่มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย รวมถึงมีบริการด้านอินเทอร์เน็ต และมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอ ทั้งนี้แนวคิดของวชิราภรณ์ โลหะชาละ (2558) ที่กล่าวว่า การตลาดของธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งมีลักษณะพื้นฐานที่ไม่แตกต่างกัน โดยโรงแรมจะต้องสร้างและจัดหาเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เช่น สถานที่ตั้ง การก่อสร้าง การออกแบบ ขนาดของอาคารและบ้านพัก จำนวนห้องพัก การออกแบบตกแต่งห้องพัก ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ และส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม การให้แสงสี สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการบำรุงรักษา เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์สิทธิ์ เผื่อนกลาง

(2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิยม เจริญศิริ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าพักโรงแรม (ความพึงพอใจ) และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทิมา รักมันเจริญ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาในพื้นที่มีวัตถุประสงค์หลักคือ มาเพื่อพักผ่อน จึงต้องการที่พักที่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ได้ท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกฤติกา สายณะรัตน์ชัย และคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2562) ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงการเดินทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย มีสาธารณูปโภคที่ครบครัน สอดคล้องกับงานวิจัยของใจดาว พันธุ์ปัญญากรกุล (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พบว่า ด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าพักโรงแรม(ความพึงพอใจ)

3. ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการที่พักที่มีการจัดภูมิทัศน์ที่ร่มรื่น สวยงาม มีการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่ภายในที่พักอย่างเหมาะสม ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจที่ได้เดินทางมาพัก สอดคล้องกับแนวคิดของฉัตยาพร เสมอใจ (2558) ได้อธิบายว่า รูปลักษณะภายนอกเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจใช้บริการ เช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ ความสะอาด และสิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็น ซึ่งลูกค้าจะอาศัยสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของชมัยพร แก้วรอด (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว พบว่า ลักษณะทางกายภาพผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว เช่นเดียวกับงานวิจัยของใจดาว พันธุ์ปัญญากรกุล (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการ

ตัดสินใจเลือกใช้ห้องพักโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พบว่า ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ห้องพักโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

5.3.2 ด้านทำเลที่ตั้ง จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของสถานที่ตั้งของที่พักรมีความสะดวกในการเดินทาง จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการต้องการรับความสะดวกสบายในการมาใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ของโรงแรมผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่มีหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก กลุ่มไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาใช้บริการสามารถจองที่พักได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

5.3.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องของการตกแต่งโดยรอบของที่พักรมีความสวยงามเข้ากับสถานที่ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งพื้นที่โดยรอบของที่พักรให้มีความแตกต่างจากที่พักแห่งอื่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจ

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1) ควรทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบค้างคืนในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง และนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนา และปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2) ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพ

3) ควรทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องเนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หากได้ข้อมูลใหม่ ๆ มาปรับใช้จะทำให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2551. (2551, 23 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 125 ตอนที่ 70ก. หน้า 8.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เล่ม 1 - 2*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงแรมห้องค้การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2562). *ทิศทางท่องเที่ยวไทยในปี 2562*. สืบค้นจาก: https://www.ditp.go.th/ditp_web61/.
- กรมสรรพากร. (2562). *มาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก: <http://www.rd.go.th/publish/60711.0.html> .
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *การท่องเที่ยววิถีไทย*. สืบค้นจาก: <https://www.mots.go.th/>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *แนวโน้มเศรษฐกิจโลก ทิศทางเศรษฐกิจไทย*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/649245> .
- กฤติกา สายณะรัตร์ชัย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2562). *การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา เมืองตะ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ “ดอยคำ” ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจดศักดิ์ มานะ. (2559). *แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยววัดในเขตอำเภอมือง จังหวัดลำพูน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ใจดาว พันธุ์ปัญญากรกุล. (2560). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้ห้องพักโรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอมะนัง จังหวัดตาก*. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, วิทยาลัยดุสิตธานี.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- เฉลิมพร ลิ้มศิริวัฒน์. (2557). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชมัพร แก้วรอด. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้ บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้า อีสรประปัญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชลธิชา เตชวัชรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอีสรประปัญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐนันท์ ชิวชูเกียรติ. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาสวนนงนุช. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ณัฐตรา จัดแจง. (2557). ความเต็มใจจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวด้านน้ำประเภทพักผ่อนบนเรือ. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทศบาลนครระยอง. (2563). บทสรุปแผนพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2561 – 2564. สืบค้นจาก <http://123.242.173.8/v2/images/2561-2564.pdf>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/Pages/default.aspx>.
- นงคันุช ศรีธนาอนันต์. (2553). การโรงแรมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่าง และสถิติวิเคราะห์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ. เอกสาร ประกอบการบรรยาย ‘Twilight Program’. สืบค้นจาก <https://llskill.com/web/files/GPower.pdf>.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประภัสสร เจียวีย์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมไอริช บีช ชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. ภาคนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตม พอร์ต.
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.

- พงษ์สิทธิ์ เฝื่อนกลาง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิศมัย สุตะวงศ์. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวายในการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นเมือง ในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พุทธินันท์ ปัญญาพัฒน์นันท์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพังงา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: แม็คเอ็ดดูเคชั่น.
- วิเชียร เจนตระกูลโรจน์. (2560). แนวทางการออกแบบรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิทวัส รุ่งเรืองพล. (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิศนี พูลผล. (2556). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตอำเภอปรามบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วุฒิสาร ตันไชย. (2559). การกระจายอำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศูนย์การวิจัยกสิกร. (2563). แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. สืบค้นจาก <https://kasikomresearch.com/th>.
- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2563). สถานการณ์ท่องเที่ยว และแนวโน้มตลาด ปี 2562-2563. สืบค้นจาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/>.
- สนธยา คงฤทธิ. (2544). หลักการตลาด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สมฤดี ช่วยบำรุง. (2556). พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าโอท็อปของนักท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สังวาลย์ คริกครั้น. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง. (2560). *ประวัติความเป็นมาอำเภอแก่ง*. สืบค้นจาก <https://district.cdd.go.th/klaeng/sample-page/about-us/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2/>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง. (2561). *สถานพักแรม ห้องพัก ผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นรายจังหวัดในภาค พ.ศ. 2561*. สืบค้นจาก http://rayong.old.nso.go.th/nso/project/search_option/search_result.jsp
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)*. สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=intro>.
- สุดสวาสดิ์ ญัฐวุฒิ ลักษณะปัญหาอุทก และทิวชัย เจริญเศรษฐศิลป์. (2562). *วิเคราะห์สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำและการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.trf.or.th/coronation/kingramax.php?redirect=/>.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง. (2563). *สรุปข้อมูลจังหวัดระยอง*. สืบค้นจาก: <http://new.rayong-pao.go.th/web/main.php>.
- อภิวิทย์ ยิ่งยืนสถาพร. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกเสียงสร้างมูลค่าสำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อิสระ อูปดี. (2560). *แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2562). *แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อนเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง*. *กระแสดนวัฒนธรรม*, 20(38), 27 – 39.
- Buchner, A. (2010). *G*Power: Users Guide-Analysis by design*. Web Page of Heinrich-HeineUniversität - Institut für experimentelle Psychologie. สืบค้นจาก: <http://www.psych.uni-duesseldorf.de/abteilungen/aap/gpower3>.

Erdfelder, E. (2009). Statistical for Correlation and Regression Analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149- 1160.

Traveloka. (ม.ป.ป). รายชื่อโรงแรมในอำเภอแกลง, ประเทศไทย. สืบค้นจาก
<https://www.traveloka.com/th-th/hotel/thailand/city/klaeng-district-10000905/hotel>.





แบบสอบถาม

เรื่อง อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืน

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง แบบค้างคืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านในการตอบแบบคำถาม ให้ครบถ้วนทุกข้อและตรงตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน โดยใช้เวลาในการทำโดยประมาณ 5-10 นาที ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ได้จากท่าน จะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

อภิญญา นวลใย

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการสนใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่
อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการสนใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่
อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการสนใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พัก
ในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทางด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง



ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51-60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด สมรส
 หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5. อาชีพ

- นักเรียน/ นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท
 35,001-45,000 บาท 45,001-55,000 บาท 55,001 บาทขึ้นไป

7. ท่านเคยมาท่องเที่ยวในอำเภอแกลง จังหวัดระยองกี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)

- ไม่เคยมา 1 ครั้ง 2 ครั้ง
 3 ครั้ง 4 ครั้งขึ้นไป

8. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

- เพื่อพักผ่อน
- เพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม หรือสัมมนา
- เพื่อพบปะญาติหรือเพื่อน
- เพื่อหยุดพักระหว่างการเดินทางต่อไปที่อื่น
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

9. ค่าใช้จ่ายบริการที่พักที่ท่านพักโดยเฉลี่ยต่อ 1 คืน

- น้อยกว่า 1,000 บาท
- 1,000 – 1,999 บาท
- 2,000 – 2,999 บาท
- 3,000 – 3,999 บาท
- 4,000 บาทขึ้นไป

10. ท่านจองที่พักผ่านช่องทางใด

- เว็บไซต์ของที่พัก
- โทรศัพท์
- เดินทางมาจองที่พักด้วยตนเอง
- บริษัทรับจองที่พักออนไลน์ เช่น Agoda, Booking.com, Expedia
- ตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

11. ที่พักที่ท่านใช้บริการที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ครั้งล่าสุด โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่
อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

คำชี้แจง โปรดใส่ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ห้องพัก					
มีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย					
ขนาดของห้องพักที่กว้างขวาง					
สภาพภายในห้องพักมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย					
ห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น					
ภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม					
ห้องอาหาร					
มีห้องอาหาร หรือ คอฟฟี่ช็อปไว้บริการ					
มีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย					
อาหารและเครื่องดื่มมีรายละเอียดและราคาอย่างชัดเจน					
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและถูกสุขอนามัย					
มีอาหารที่รสชาติอร่อย					
บริการอื่น ๆ					
มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง					
มีบริการด้านนันทนาการ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย สปา ไว้บริการ					
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่
อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อมูลปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สถานที่ตั้งของที่พักมีความปลอดภัย					
สถานที่ตั้งของที่พักมีความสะดวกในการเดินทาง					
สถานที่ตั้งของที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว					
บรรยากาศโดยรอบที่พักมีความเหมาะสมเข้ากับสถานที่					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเลือกใช้บริการที่
พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
อาคารอยู่ในสภาพดี					
การตกแต่งโดยรอบของที่พักมีความสวยงามเข้ากับสถานที่					
มีระบบรักษาความปลอดภัยของที่พัก/ ห้องพักที่เข้มงวด เช่น กล้องวงจรปิด ระบบ ป้องกันอัคคีภัย ไฟฟ้าสว่าง					
มีการแบ่งสัดส่วนการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทางด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
 คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัด
 ระยอง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในพื้นที่ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ท่านศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับที่ พักจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้ บริการที่พักแห่งนี้					
หากท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ท่านจะเลือกมาใช้บริการที่พัก แห่งนี้อีกครั้ง					

ขอขอบพระคุณ ท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	อภิญญา นวลโย
อีเมล	Remymartin590607427361@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปี 2559 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ สาขาการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เขตร่มเกล้า ปี 2555 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสารสาสน์วิเทศมีนบุรี ปี 2552 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเลิศหล้าเกษตร-นวมินทร์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน เมษายน พ.ศ. 2564

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อภิญญา พลใจ อยู่บ้านเลขที่ 117/5
ซอย พหลโยธิน 74 ถนน เกษมราษฎร์ ตำบล/แขวง บางสีทอง
อำเภอ/เขต กักหาจาง จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 10730
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620500397

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์หัวข้อ
สิทธิผลด้านผลิตภัณฑ์ ทำเคปี่ต่าง และลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์สีน้ำเงินเลือกที่ฟังก์ชัน
ฟังก์ชันเพิ่มมวลชีวภาพแบบชีวสังเคราะห์ในลำโพงแก้ว จังหวัด ระยอง

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือ
ระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้
ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถดำเนินงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับ

ผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
ทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว
จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน
(ดร.ชุติน แก้วพรตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย