

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเลของ
นักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี**

**FACTORS AFFECTING THE DECISION TOWARD ACCOMMODATION FOR
MARINE TOURISM OF THAI TOURISTS IN THE KOH LARN AREA, CHONBURI**

ส.ท.ธีรวัฒน์ ยินดี

บทคัดย่อ

การทำวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสถานการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวทางทะเล และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเลของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวทางทะเลบริเวณเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square Test โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 25,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการที่พัก ส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบติดทะเล และมีสระว่ายน้ำ เข้าใช้บริการช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ เข้าพักที่เกาะล้านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี ระยะเวลาเข้าพัก 2 วัน 1 คืน มาเพื่อพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เลือกพักที่พักราคา 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน รู้จักที่พักผ่านการรีวิวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน และตัดสินใจเลือกที่พัก โดยได้รับอิทธิพลจากคนรัก / เพื่อน / ครอบครัว ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ในด้านการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า 1) เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีที่ต่างกัน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีที่ต่างกัน 3) ปัจจัยด้านการให้บริการของที่พัก ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกกรณี

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก, การท่องเที่ยวทางทะเล, เกาะล้าน

ABSTRACT

This research aims to study of the situation and needs of Thai tourists in Marine tourism and factors affecting the decision toward accommodation for Marine tourism of Thai tourists in the Koh Larn area, Chonburi. The population used for the research was 400 Thai tourists of Marine tourism and the statistical information analysis were frequencies, percentage, means, standard deviation and Chi-square with a statistically significant level of 0.05. The results of the independent study revealed that the majority of samples were female with ages 18-30 years old, married status was single, level of education was Bachelor's degree, were private employees with income 10,001 – 25,000 THB per month. The results of behavior analysis, it showed that the majority choose beachfront and swimming pool accommodation and travel in Public holiday period but less than 1 time per year, the objective of travel was relax body and mind, the room rate between 1,001 - 2,000 THB per night, knows the accommodation from reviews and friend family or lover affecting the decision to choose accommodation.

As hypothesis testing, the results were as follow 1) Different personal factor affected on behaviors of the decision toward accommodation in different ways. 2) Different levels of the marketing mix factor affected on behaviors of the decision toward accommodation in different ways. 3) But different levels of the service factor affected on behaviors of the decision toward accommodation in the same ways.

Keywords: The factors affecting the decision toward accommodation, Marine tourism, Koh Larn area

บทนำ

แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลเกาะล้าน เมืองพัทยา ในจังหวัดชลบุรี ถือเป็นหนึ่งในสถานที่ยอดนิยมของชาวไทยและต่างชาติเนื่องเป็นเกาะที่อยู่ในทะเลฝั่งอ่าวไทย มีขนาดพื้นที่ 4.07 ตารางกิโลเมตรอยู่ในเขตการดูแลของเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ระยะทางจากฝั่งพัทยาท่าเรือแหลมบาลีฮายถึงท่าเรือหน้าบ้านเกาะล้านมีระยะทางเพียง 7.5 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางด้วยเรือเร็วประมาณ 15 นาที และใช้เวลาเดินทาง 45 นาที สำหรับเรือโดยสารประจำทาง จึงสะดวกต่อการท่องเที่ยวทั้งแบบพักผ่อนหรือไปเข้าเียนกลับ รวมทั้งในการท่องเที่ยวทางทะเลที่เกาะล้านนั้นยังมีหาดที่มีความสวยงามและความเป็นธรรมชาติอยู่มาก จากกรณีศึกษาการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยข้อมูลจากระบวนการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีนักท่องเที่ยว นักทัศนจรและผู้เยี่ยมชม ที่เป็นทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคนต่อครั้ง 5 ปีย้อนหลังก็แสดงข้อมูลถึงค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก

ดังนั้น ผู้ทำวิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวทางทะเล ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้าพักแรมที่เกาะล้าน ซึ่งมีแนวโน้มใช้จ่ายในท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี และมีความสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยใดที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวไทย อีกทั้งหวังว่าข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่

ผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านที่พักภายในบริเวณเกาะล้าน เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาดและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันอันจะนำไปสู่การเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนอยู่เสมอ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวทางทะเล
2. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของที่พักรถในการท่องเที่ยวทางทะเล
3. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเลของนักท่องเที่ยวไทยกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา
ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเลของนักท่องเที่ยวไทยกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้านจังหวัดชลบุรี
2. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวทางทะเล บริเวณเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
การศึกษาครั้งนี้ ดำเนินการในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2561 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ.2561

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการมุ่งศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทั้งสิ้น 3 ด้าน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม ซึ่งได้กล่าวถึงความหมายของธุรกิจที่พักแรมว่าเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นที่พักค้างคืนชั่วคราวระหว่างเดินทาง โดยที่ที่พักแรมจะต้องมีปัจจัยพื้นฐานการให้บริการในด้านต่างๆ เช่น มีความสะอาดและสุขอนามัย มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเป็นส่วนตัว เป็นต้น
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ซึ่งได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ในการศึกษาและเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้ โดยแบ่งเป็น 4 ด้านได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริม

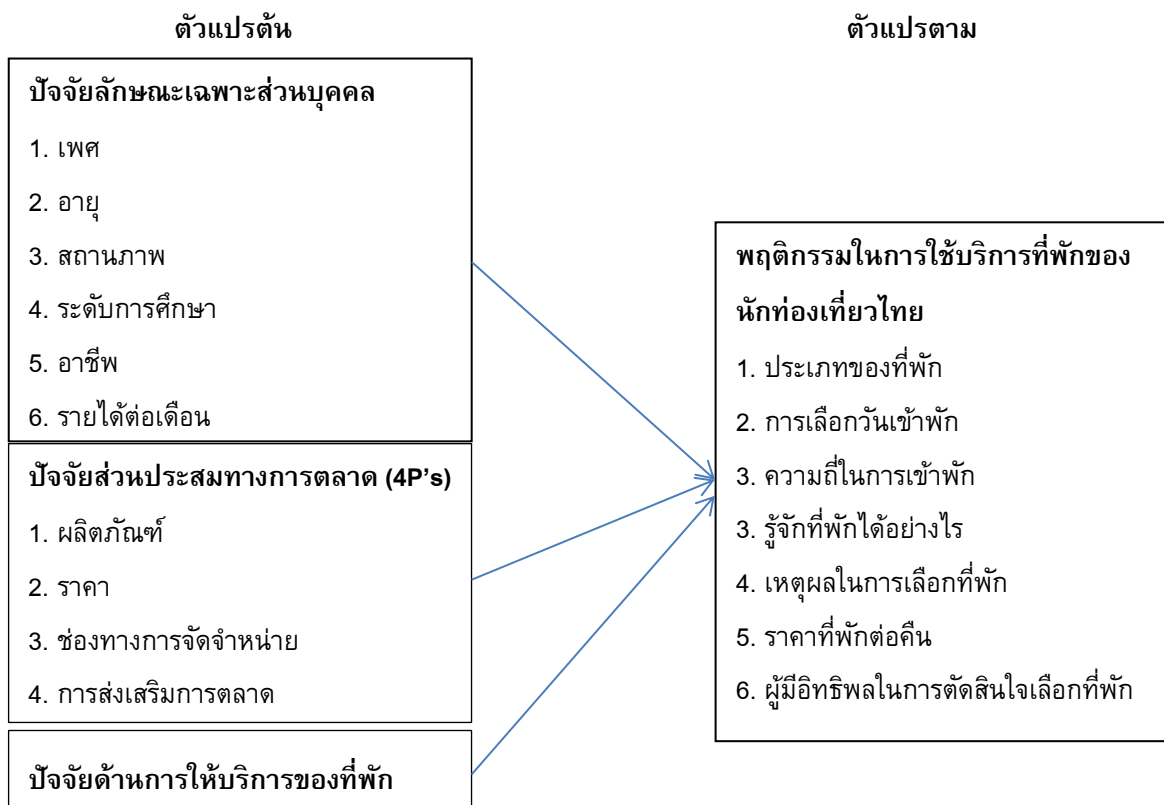
การตลาด แต่สำหรับการบริการแล้วนั้น จะต้องมีการเน้นถึงพนักงานหรือบุคคล ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ ในการให้บริการ มาเพื่อให้ครอบคลุมถึงความต้องการของตลาดเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวว่าเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า โดยเกิดจากสิ่งกระตุ้น ทั้งทางด้านการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม ส่งผ่านไปยังกล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ที่ผู้ขายไม่อาจทราบได้ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม หรือกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเอง เช่น การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก เป็นต้น และส่งไปยังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในที่สุด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านการให้บริการของที่พัก ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณ แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วนคือ

1. ลักษณะเฉพาะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
2. พฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทของที่พัก การเลือกวันที่เข้าพัก ความถี่ในการเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก เหตุผลในการเลือกที่พัก ราคาที่พักต่อคืน ช่องทางที่ทำให้รู้จักกับที่พัก และผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พัก
3. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
4. ข้อมูลปัจจัยด้านการให้บริการของที่พัก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำกรวิจัยเป็น 2 ลักษณะ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามแบบสมบูรณ์แก่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทะเลที่เป็นนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง พร้อมตรวจสอบความถูกต้องหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha coefficient) และนำไปวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติ ผ่านทางโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยฉบับนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 25,000 บาท

2. พฤติกรรมการใช้บริการที่พักร ส่วนใหญ่เลือกที่พักรแบบติดทะเล และมีสระว่ายน้ำ เข้าใช้บริการช่วงวันหยุด นักช้ตฤกษ์ เข้าพักรที่เกาะล้านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี ระยะเวลาเข้าพักร 2 วัน 1 คืน มาเพื่อพักรผ่อนร่างกายและจิตใจ เลือกพักรที่พักรราคา 1,001 - 2,000 บาทต่อคืน รู้จักที่พักรผ่านการรีวิวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน และตัดสินใจเลือกที่พักร โดยได้รับอิทธิพลจากคนรัก / เพื่อน / ครอบครัว

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

4. เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกะลาณ์ จังหวัดชลบุรีที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกะลาณ์ จังหวัดชลบุรีที่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

6. ปัจจัยด้านการให้บริการของที่พักร ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกะลาณ์ จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกันในทุกกรณี ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สรุปผลและอภิปรายผล

งานวิจัยของ พุทธิพันธ์ ปัญญาพูนพันธ์ (2560) ได้ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรในเขาหลัก จังหวัดพังงา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเข้าพักรรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว

แต่ทั้งนี้ในด้านปัจจัยด้านการให้บริการของที่พักรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรในการท่องเที่ยวทางทะเล กรณีศึกษาการท่องเที่ยวกะลาณ์ จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ในทุกกรณี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าจะไม่ว่าจะเป็นที่พักรแบบใด ประเภทใด ราคาใด การบริการที่จะก่อให้เกิดความประทับใจจะมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เสมอ เพราะผู้บริโภคทุกคน ต้องการความพึงพอใจจากการใช้สินค้าและบริการ ตามหลักทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค แล้วอาจจะเกิดการซื้อสินค้าซ้ำหรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความนิยมที่พักรแบบติดทะเลและมีสระว่ายน้ำมากที่สุด รองลงมาคือที่พักรแบบติดทะเลแต่ไม่มีสระว่ายน้ำ เพราะเหตุผลส่วนใหญ่ของผู้กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการที่พักรที่เกาะล้านนั้นคือเพื่อพักรผ่อนกาย/จิตใจ ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักรบริเวณเกาะลาณ์ที่มีที่พักรแบบติดทะเลต้องรักษามาตรฐานการให้บริการและความสวยงามของห้องพักรอยู่เสมอ เพื่อรักษานิสัยลูกค้าเก่าที่มีความชื่นชอบที่พักรติดทะเล

อยู่แล้ว และดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ให้เกิดความน่าสนใจที่จะเข้าใช้บริการมากขึ้น ส่วนที่פקแบบไม่ติดทะเลจะต้องคิดกลยุทธ์การทำธุรกิจใหม่ๆ รวมถึงหาจุดเด่นของที่พักเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น เช่น มีสระว่ายน้ำพร้อมอุปกรณ์เล่นน้ำ (ห่วงยางแฟนซี) เพื่อดึงดูดลูกค้าที่เป็นผู้หญิง หรือ มุมผ่อนคลายเหมาะสำหรับการถ่ายภาพที่มีความสวยงาม เป็นต้น

2. ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเรื่องราคาเหมาะสมกับห้องพักและแสดงราคาชัดเจน และราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่พัก จึงให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว ไม่ใช่เพียงให้ความสำคัญแค่ราคาถูกเท่านั้น รวมถึงราคาที่ที่พักที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้บริการมากที่สุดอยู่ในช่วง 1,000-2,000 บาทต่อคืน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังที่พัก หรือมีรถรับส่งระหว่างท่าเรือ-ที่พักมากที่สุด ดังนั้นที่พักจำเป็นต้องให้ความสำคัญในส่วนนี้ รวมถึงช่องทางที่จะทำให้ลูกค้าติดต่อกับที่พัก และค้นหาที่พักที่มีหลากหลายช่องทาง ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรโมชั่นลดราคาที่พักตามฤดูกาล และลดราคาสำหรับลูกค้าเก่ามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักต้องคำนึงถึงฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ช่วงไหนมีผู้เข้าพักน้อย (Low Season) จำเป็นต้องจัดโปรโมชั่นให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกันมากขึ้น และหากเป็นลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการแล้ว ยังต้องมีสิ่งตอบแทนพิเศษให้คืนกลับไป เช่น ราคาพิเศษกว่าปกติ หรืออาหาร-เครื่องดื่มนอกรายการที่แจกให้ปกติ

5. ด้านการให้บริการของที่พัก เป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดสำหรับงานบริการ ถือเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดในสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน พนักงานควรให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตรกับลูกค้าตลอดเวลา มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด การให้บริการต้องมีความถูกต้องในข้อมูลและรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าทุกคนเกิดความสะดวกสบาย และประทับใจ อยากที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งในอนาคต

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากระยะเวลาในการทำวิจัยในครั้งนี้ มีเวลาจำกัดในการเก็บแบบสอบถาม จึงอาจทำให้กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครอบคลุมครบทุกกลุ่มเท่าที่ควร เช่น จากกลุ่มที่อยู่ในที่พักโดยตรง ในการทำวิจัยครั้งต่อไปจำเป็นต้องใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามมากกว่านี้ เพื่อให้ได้การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างครอบคลุม และครบถ้วนทุกกลุ่ม

2. ผู้ตอบแบบสอบถามบางท่านมีความเกรงใจไม่กล้าปฏิเสธจึงตอบแบบผ่านๆ จึงทำให้ไม่ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ถูกต้องและชัดเจนทั้งหมด ในการทำวิจัยครั้งต่อไปจึงต้องใช้กลยุทธ์หรือเทคนิคอื่นๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่อยากจะตอบข้อมูลที่เป็นจริงทั้งหมด เช่น การให้สิ่งตอบแทนเล็กๆ น้อยๆ ที่สวยงามหรือใช้งานได้จริง อาทิ พัด หรือ พวงกุญแจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- กุลนิภัทร์ บุญรุ่ง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเกาะสมุย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จันทิมา รักมั่นเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชญาดา สมศักดิ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ห่ออึกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาดยา เจริญผล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิเชษฐ คูหะเพ็ญแสง. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พุทธิพันธ์ ปัญญาพุดินันท์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักในเขากลาง จังหวัดพังงา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลลิตา ยุธยาตร์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักรีสอร์ท ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ศิริวรรณ จันทวงศ์. (2557). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด**. งานนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุธาสิทธิ์ ชวนไชยะกุล. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะล้าน จ.ชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสาวลักษณ์ เครืออารีย์. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- หนึ่งฤทัย ศิลาอาสน์. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะกูด จังหวัดตราด**. ภาคนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัจฉา เตมีย์. (2554). **การถ่ายทอดทางสังคมในองค์การ จิตลักษณะ คุณภาพชีวิตการทำงานและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานโรงแรมในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษยและองค์การ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อาภาพร จิระวัฒนภิญโญ. (2552). **การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.