

พฤติกรรม การเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

BEHAVIOR OF THAI TOURISTS IN SELECTING ACCOMMODATION IN MUANG DISTRICT, SURAT THANI PROVINCE

ชุลีวรรณ ปราณีธรรม¹⁾, ณิชชา จารุสิริชัย²⁾, เอกราช เหมาะะประมาณ³⁾

1), 2), 3) วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Chuleewan Praneetham¹⁾, Nisa Charusirichai²⁾, Aekarach Mouepraman³⁾

1), 2), 3) International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักแรม และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 1,239,042 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.77 สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีจำนวนวันที่เข้าพัก 2 คืน ผู้ร่วมเดินทางมาพักเป็นครอบครัว มีวิธีการจองที่พักล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ ทราบข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ต เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม หากมีโอกาสเดินทางกลับมาพักที่อำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะเลือกที่พักเดิมอีก การเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย การตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านที่พักและบริการรองลงมา คือ ด้านพนักงานให้บริการ สถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคาที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ควรมีการพัฒนาห้องพักอย่างต่อเนื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจะต้องมีแนวทางการกำหนดราคาที่พักที่ชัดเจนและควรมีการรวมกลุ่มกันกำหนดราคาที่พักเพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกัน ควรมีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางเข้าหรือออกที่พัก โดยผ่านเว็บไซต์ที่พักหรือแผนพับให้กับบริษัททัวร์ ควรจัดโปรโมชั่นการจองที่พักแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น การพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในห้องพักและบริเวณที่พักแรมแบบครบครันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : พฤติกรรม นักท่องเที่ยว การเลือกที่พักแรม

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study the behavior of tourists in choosing accommodation, and 2) to provide the guidelines for accommodation business development in Muang District, Surat Thani province. The research population for this research was 1,239,042 Thai tourists who travelled to Muang District, Surat Thani province. The sample was 400 Thai tourists selected by the accidental sampling technique. The data collection tool was a questionnaire. The reliability test of the whole questionnaire was 0.77. The data were analyzed by percentage, mean, and standard deviation. The study indicated that most tourists who stayed in an accommodation had the main purpose of relaxing, with an average length of stay of 2 nights, they travelled with family, and booked a room in advance by phone, and received the information from the internet. They mainly chose to stay at a hotel, and would choose to return to the same hotel, if an opportunity occurred. The study revealed that, in term of accommodation selection, Thai tourists mostly made decision based on accommodation and service, followed by the staffing, location or distribution channel, price, facility and marketing promotion respectively. The guidelines for accommodation business development in Muang District are as following: the rooms should be continuously developed to meet the standards and safety of life and property of tourists, entrepreneurs must have a clear pricing approach, integration of group to set accommodation prices to create the same standard; provide travelers with information through the accommodation website or give brochures to tour companies; offer more online booking promotions; improve employee productivity; and provide both in-room facilities and fully equipped accommodations in order to meet the needs of tourists.

Keywords : behavior, tourist, accommodation selection

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ เนื่องจากทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้เป็นจำนวนมากมหาศาล (Praneetham et al, 2016: 401) จากการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศที่ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณ

ร้อยละ 15-20 ในทุกปี (Khunon, 2015: 29) ธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรงและถือเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย (นงคณูช ศรีธนานันต์, 2550: 27) และการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมที่สอดคล้องกับการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีที่พักแรมในแต่ละจังหวัดของประเทศไทยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อให้บริการที่พักแก่ผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาที่พักค้างคืน ธุรกิจที่พักแรมในปัจจุบันจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการตามความต้องการ เช่น โรงแรม โมเต็ล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ รีสอร์ท โฮมสเตย์ บังกะโล เป็นต้น (อรุณี ลอมเศรษฐี, 2554: 2)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นดินแดนที่มีวัฒนธรรมประเพณี ที่ดีงาม เป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่า ได้แก่ ภูมิประเทศที่งดงาม ประกอบด้วย ป่าไม้ น้ำตก ทะเล ภูเขา วัฒนธรรมในท้องถิ่นก็เป็นที่ได้รับความสนใจอย่างสูงในด้านความสวยงาม โดยมีพื้นที่ครอบคลุมป่าดิบชื้นที่อุดมด้วยความหลากหลายของพืชพรรณ สัตว์ป่า และยังมีหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง น้ำทะเลใส หาดทรายขาว อาทิ เกาะสมุย เกาะพะงัน เกาะเต่า และเกาะนางยวน ซึ่งแต่ละเกาะมีความหลากหลายของธรรมชาติแตกต่างกันไป จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีที่พักที่ได้รับการจดทะเบียนในจังหวัดทั้งหมด 786 แห่ง ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ หรือโฮมสเตย์ และจากสถิติในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 4,913,006 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 3,094,487 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,818,519 คน มีอัตราการเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 8.7 จากจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดนี้จำนวน 68,052.9 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2558: 150) จึงทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเนื่องจากการเจริญเติบโตที่รวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงทำให้ธุรกิจที่พัก และการบริการมีการเจริญเติบโตขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะธุรกิจที่พักที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้มีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการว่ามีการให้บริการและความเอาใจใส่ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และการสร้างความแตกต่างจากที่พักและการให้บริการทั่วไปเพื่อรองรับความต้องการของแขกที่แตกต่างกันไปตามความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่มอีกด้วย (อรุณี ลอมเศรษฐี, 2554: 2)

อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว การคมนาคมและที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจโรงแรมหรือที่พักอาศัยต้องแข่งขันกันและหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่พักและการบริการของตน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกิจที่พักแรมของจังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกทั้ง ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยให้มีการขยายตัว จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการศึกษาหาความรู้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักแรม
- 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 1,239,042 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กำหนดจากสูตรการหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องในด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา และผู้วิจัยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective

Congruence: IOC) ของข้อคำถามในแต่ละข้อ แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.50 – 1.00 เพื่อนำไปปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำผลไปวิเคราะห์หาความเที่ยงโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.77

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการแปลความระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00) ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20) ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40) ระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60) ระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80) (พิมพ์ หิรัญกิตติ, 2552: 98)

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 และเพศชาย มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 มีอายุ 16 – 25 ปีมากที่สุดเป็นจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้มากที่สุด เป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดเป็นจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มากที่สุดจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักแรม

ตารางที่ 1 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาพัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	231	57.8
เพื่อเยี่ยมญาติมิตร	74	18.5
เพื่อธุรกิจ	49	12.3
เพื่อการศึกษา	20	5.0
เพื่อสุขภาพ	13	3.3
เพื่อศาสนา	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มากที่สุด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน

74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเพื่อศาสนา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนวันที่เข้าพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนวันที่เข้าพัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 คืน	138	34.5
2 คืน	152	38.0
3 คืน	77	19.3
มากกว่า 4 คืน	33	8.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจำนวนวันที่เข้าพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ 2 คืนมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ พัก 1 คืน จำนวน 138 คน

คิดเป็นร้อยละ 34.5 พัก 3 คืน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 พักมากกว่า 4 คืน จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผู้ร่วมเดินทางมาพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้ร่วมเดินทางมาพัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ครอบครัว	181	45.3
คนเดียว	82	20.5
คนรัก	77	19.3
เพื่อน	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 คนรัก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 เพื่อน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

มีผู้ร่วมเดินทางมาพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ครอบครัวมากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ คนเดียว จำนวน

ตารางที่ 4 วิธีการจองที่พักล่วงหน้า

วิธีการจองที่พัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่ได้จอง	107	26.8
ผ่านทางโทรศัพท์	116	29.0
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	108	27.0
ผ่านทางคนรู้จัก	49	12.3
ผ่านทางบริษัททัวร์	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 27.0 ไม่ได้จอง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 จองผ่านทางคนรู้จัก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 จองผ่านทางบริษัททัวร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

มีวิธีการจองที่พักล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 108 คน คิดเป็น

ตารางที่ 5 การทราบข้อมูลที่พัก

ข้อมูลที่พัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	133	33.3
เพื่อน/คนรู้จัก	108	27.0
โทรทัศน์/วิทยุ	98	24.5
ป้ายโฆษณา	37	9.3
บริษัททัวร์	13	3.3
นิตยสารการท่องเที่ยว	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ เพื่อน/คนรู้จักจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 โทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ป้ายโฆษณา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 บริษัททัวร์จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 นิตยสารการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การเลือกใช้บริการที่พัก

ประเภทที่พัก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โรงแรม	203	50.8
รีสอร์ท	132	33.0
เกสต์เฮาส์	36	9.0
โฮมสเตย์	17	4.3
บ้านญาติ	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ รีสอร์ท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เกสต์เฮาส์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 โฮมสเตย์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 บ้านญาติ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ปัจจัยด้านที่พักและบริการ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
ห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม	4.42	0.53	มากที่สุด
ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง	4.32	0.69	มากที่สุด
ความสะอาดบริเวณรอบๆที่พัก	4.25	0.76	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน	4.14	0.73	มาก
ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของที่พัก	4.10	0.71	มาก
ห้องน้ำมีความสะอาดและปลอดภัย	4.09	0.60	มาก
เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสม	4.03	0.68	มาก
ห้องพักมีอากาศถ่ายเทเป็นอย่างดี	4.00	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17	0.67	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านที่พักและบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่องห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 รองลงมา คือ ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ความสะอาดบริเวณรอบๆ ที่พัก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกภายในห้องพักครบครัน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของที่พัก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ห้องน้ำมีความสะอาดและปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้มีคุณภาพเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ห้องพักมีอากาศถ่ายเทเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ปัจจัยด้านราคาที่พัก (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
ราคาที่พักเหมาะสมต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน	4.18	0.57	มาก
ราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย	4.13	0.60	มาก
การแสดงราคาที่พักและอาหารอย่างชัดเจน	4.10	0.66	มาก
ราคาที่พักมีความเหมาะสมต่อคุณภาพภายในห้องพัก	4.04	0.70	มาก
ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมต่อปริมาณและคุณภาพ	4.02	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09	0.63	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านราคาที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่องราคาที่พักเหมาะสมต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมา คือ ราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ย

4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 การแสดงราคาที่พักและอาหารอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ราคาที่พักมีความเหมาะสมต่อคุณภาพภายในห้องพัก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมต่อปริมาณและคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
ท่านสามารถจองห้องพักได้จากเว็บไซต์ของบริษัททัวร์ หรือตัวแทน	4.19	0.56	มาก
ท่านสามารถจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ของที่พักได้โดยตรง	4.09	0.67	มาก
ท่านสามารถหาข้อมูลโรงแรมที่ต้องการได้หลากหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต, ใบปลิว, ป้ายโฆษณา เป็นต้น	4.01	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	0.64	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่องท่านสามารถจองห้องพักได้จากเว็บไซต์ของบริษัททัวร์ หรือตัวแทน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 รองลงมา คือ ท่าน

สามารถจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ของที่พักได้โดยตรง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ท่านสามารถหาข้อมูลโรงแรมที่ต้องการได้

หลากหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต ไลน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
ทางที่พักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4.21	0.56	มากที่สุด
การใช้ช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์, Email, SMS เป็นต้น	4.15	0.60	มาก
ป้ายชื่อที่พักมีความชัดเจน มองเห็นได้เด่นชัด	4.13	0.67	มาก
การมอบส่วนลดสำหรับการใช้บริการในครั้งต่อไป	3.99	0.67	มาก
การมอบของที่ระลึกเมื่อเช็คอิน	3.31	0.72	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	0.64	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่องทางที่พักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 รองลงมา คือ การใช้ช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์, Email, SMS

เป็นต้นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 ป้ายชื่อที่พักมีความชัดเจน มองเห็นได้เด่นชัด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 การมอบส่วนลดสำหรับการใช้บริการในครั้งต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 การมอบของที่ระลึกเมื่อเช็คอินที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และมีความสะอาด	4.29	0.56	มากที่สุด
พนักงานสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อย่างละเอียดและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง	4.28	0.57	มากที่สุด
พนักงานมีทักษะทางด้านภาษาเป็นอย่างดี	4.17	0.72	มาก
พนักงานบริการมีความรู้ความสามารถในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	4.12	0.69	มาก
พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีและกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน	4.05	0.58	มาก
พนักงานใช้ภาษาถ้อยคำที่สุภาพสื่อสารกับท่านได้อย่างชัดเจน	3.96	0.61	มาก
พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาให้ท่านได้อย่างลงตัว	3.92	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	0.63	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านพนักงานให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่อง พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และมีความสะอาดในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อย่างละเอียดและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 พนักงานมีทักษะทางด้านภาษาเป็นอย่างดีอยู่ใน

ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 พนักงานบริการมีความรู้ความสามารถในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายโดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 พนักงานดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีและกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 พนักงานใช้ภาษาถ้อยคำที่สุภาพสื่อสารกับท่านได้อย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาให้ท่านได้อย่างลงตัว การดูแลความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลการตัดสินใจเลือก
มีบริการรถรับ-ส่งไป มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.11	0.60	มาก
มีบริการซักรีด	4.10	0.69	มาก
มีอินเทอร์เน็ตไร้สายในห้อง	4.09	0.62	มาก
มีการบริการอาหารให้เลือกหลากหลายตลอด 24 ชั่วโมง	4.05	0.69	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัยที่ดี	4.02	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.64	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกในเรื่อง มีบริการรถรับ-ส่งไป มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 รองลงมาคือ มีบริการซักรีด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 มีอินเทอร์เน็ตไร้สายในห้อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 มีการบริการอาหารให้เลือกหลากหลายและตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ระบบรักษาความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัยที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ประสงค์ อุทัยและคณะ, 2556: 122) และ(Praneetham et al, 2016: 406)

ที่พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน จำนวนวันที่เข้าพักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2 คืน มีผู้ร่วมเดินทางมาพัก คือ ครอบครัว มีวิธีการจองที่พักล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ การทราบข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ต เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม การเลือกที่พักเดิมหากมีโอกาสเดินทางกลับมาพักที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีอีก

ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านที่พักและบริการ ด้านราคาที่พัก ด้านสถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (วรศรา วาริวัฒน์และกุลเชษฐ์ มงคล, 2556: 114) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักแรม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการมีปัจจัยย่อยรายด้าน

ที่สำคัญ คือ การตัดสินใจเลือกในเรื่องห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ห้องพักรวมขนาดกว้างขวาง และความสะอาดบริเวณรอบๆ ที่พักเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (เตื่อนใจ ศรีชะฎา, 2560: 252) ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา ความสะอาดของห้องพักมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคาที่พักร มีปัจจัยย่อยรายด้านที่สำคัญ คือ การตัดสินใจเลือกในเรื่องราคาที่พักรเหมาะสมต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน รองลงมา คือ ราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (อาริตา จินดา, 2552: 90-91) ที่พบว่า ความคิดเห็นด้านราคามีความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรม ระดับ 4 ดาว การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่ได้รับหรือการเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ

ด้านสถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย มีปัจจัยย่อยรายด้านที่สำคัญ คือ การจองห้องพักจากเว็บไซต์ของบริษัททัวร์ หรือตัวแทน รองลงมา คือ สามารถจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ของที่พักได้โดยตรง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (นาตยา เจริญผล, 2556: 122) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในระดับมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การโฆษณา

ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม รองลงมาคือ การใช้ช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

ด้านพนักงานให้บริการ มีปัจจัยย่อยรายด้านที่ได้รับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และมีความสะอาดในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อย่างละเอียดและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (อัครเตช เนตรสุวรรณ และคณะ, 2555: 67) ซึ่งพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ พนักงานให้บริการ เป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงานด้านการให้บริการ โดยการมีบุคลิกภาพที่ดี การให้บริการที่ดี ทั้งทางการต้อนรับ อภัยภัยไมตรีของพนักงาน ความดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน รวมถึงความคล่องตัวและรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีปัจจัยย่อยรายด้านที่สำคัญ คือ การให้บริการรถรับ-ส่ง และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักมากที่สุด รองลงมา คือ มีบริการซักรีด และมีอินเทอร์เน็ตไร้สายในห้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ตฤณ พริ้งประเสริฐ และคณะ, 2554: 124) ที่พบว่า การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการได้ง่าย การมีระบบการคมนาคมขนส่งให้เลือกหลากหลายและการบริการอื่น ๆ ได้สะดวกและง่าย มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก

ผลจากการศึกษาได้ข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในด้านที่พักและบริการ ควรมีการพัฒนาห้องพักอย่างต่อเนื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานและหากได้รับการรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

เข้ามาพัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในห้องพักและบริการในพื้นที่พักแบบครบครัน เช่น บริการซักรีด อินเทอร์เน็ตไร้สาย อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพัก เป็นต้น และในด้านพนักงานให้บริการ ถือว่าเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจ ดังนั้น การพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นจึงมีความสำคัญ โดยจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีใจรักบริการ และฝึกทักษะในด้านภาษาเพื่อสามารถสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง นักท่องเที่ยวได้ในด้านราคา ผู้ประกอบการจะต้องมีแนวทางการกำหนดราคาที่ชัดเจนและควรมีการรวมกลุ่มกันกำหนดราคาที่พักเพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกัน ป้องกันการตั้งราคาที่สูงจนเกินไปและเป็นการรักษาลูกค้าในการกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป ด้านสถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีมากกว่าสื่ออื่น ๆ รวมไปถึงการออกแบบแผ่นพับให้มีความน่าสนใจ มีข้อมูลที่จำเป็นครบครัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องด้วยธุรกิจที่พักมีหลายหลายประเภทและมีการขยายตัวสูงขึ้น การส่งเสริมการขายถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขัน เช่นเดียวกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้มีการจัดโปรโมชั่นการจองที่พักแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยการใช้รูปแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นยอดขาย

ข้อเสนอแนะ

1. สถานประกอบการควรมีการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานห้องพักอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ มีความพึงพอใจในระดับสูง สร้างภาพลักษณ์ด้านการบริการในระดับที่สูงขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง รวมไปถึงการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อสร้างความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการตรวจสอบราคาและจองห้องพัก ซึ่งสามารถใช้เป็นช่องทางในการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย ถือเป็นส่วนหนึ่งให้โรงแรมมียอดจองห้องพักเพิ่มขึ้น และมีผลกำไรตามที่คาดหวัง

2. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ควรมีการจัดอบรมในหัวข้อ การพัฒนาบุคลิกภาพ การมีจิตบริการ การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ อาทิ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และภาษาอังกฤษเพื่องานโรงแรม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรม การเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2. ศึกษาเกี่ยวกับแรงบันดาลใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดนโยบายในพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกิจที่พักโรงแรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้เหมาะสม และสามารถตอบสนองความความต้องการตลอดจนสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มีความพึงพอใจสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด) (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province)). ค้นเมื่อ กรกฎาคม 9, 2561, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=492&filename=index
- ตฤณ พริ้งประเสริฐ, พัทธ์ชัย ศิริวงศ์ และประสพชัย พสุนนท์. (2554). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร. *KKU Res J (GS)*, 11(3), 121-130.
- เตือนใจ ศรีชะฎา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. *วารสารวิจัยและพัฒนาโดยลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 247-259.
- นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์. (2550). การโรงแรมเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นาคยา เจริญผล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิมพ์ ทิรัญกิตติ. (2552). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- วรศรา วาริชวัฒนะ และกุลเชษฐ์ มงคล. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. *MBA-KKU journal*, 6(2), 108 – 118.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2558). รายงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี (Surat Thani Provincial Statistical Report). ค้นเมื่อ กรกฎาคม 9, 2560, จาก <http://surat.nso.go.th/images/attachments/article/230/บทที่%2017%20สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา.pdf>
- อัครเดช เนตรสุวรรณ, วงศ์ธีรา สุวรรณิน และบุญเรือง ศรีเหรียญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 2(2), 63-71.
- อาริตา จินดา. (2552). ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรม ระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Khunon, S. (2015). The Different Impacts of Safety and Security Issues in Local and National Tourism Destinations on Tourists' Loyalty. In *Proceedings of the WHTER & ICES 2015 Conference on 'New Paradigm Era and Roles of Tourism'*, 29-34.

Praneetham, C., Thathong, K., and Thiengkamol, N. (2016). Travel Behaviors of Thai and Foreign Tourists Traveling to Surat Thani Province. In **Proceedings of the 23rd International Academic Conference**, Venice, Italy, 400-407.