

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

TOURISTS SATISFACTION OF THE HOTEL SERVICE IN PATTAYA



T133992



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

133992

2 พ.ย. 2557

b.12653780
i.....

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

TOURISTS SATISFACTION OF THE HOTEL SERVICE IN PATTAYA



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2014



COPYRIGHT 2014

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว
ในพัทยา
TOURISTS SATISFACTION OF THE HOTEL
SERVICE IN PATTAYA

ชื่อนักศึกษา นางสาววิลาสินี นิยมไทย
รหัสประจำตัว 55671244
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร	กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์	อมรศรี ตันพิพัฒน์
รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์	ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 26 มีนาคม 2556 เวลา 12.00 – 12:30 น.

สถานที่สอบ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้อง AMC Training Center

วิทยาลัยรับรองแล้ว


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

วันที่ 22 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวใน พัทยา
นักศึกษา	นางสาววิลาสินี นิยมไทย
รหัสนักศึกษา	55671244
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ อมรศรี ดันพิพัฒน์

บทคัดย่อ

พัทยายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่สำคัญและสวยงามแห่งหนึ่งในประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากพัทยายู่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เหมาะสำหรับพักผ่อนวันหยุดสุดสัปดาห์ การเดินทางมีความสะดวก ใช้เวลาไม่ถึง 2 ชั่วโมง จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในพัทยา จำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพักแรมที่โรงแรมในพัทยา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวิเคราะห์หาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพักโรงแรมที่พัทยา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จากผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการท่องเที่ยวและใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยากับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง มีการค้นหาข้อมูลที่พักโรงแรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ โดยสาเหตุในการเลือกตัดสินใจพักโรงแรมมาจากคนรู้จักแนะนำ และกลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยาในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน โดยทำการจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ ในระดับราคาห้องพัก 1,001-1,500 บาทต่อคืน โดยใช้เวลาในการเข้าพัก 2-3 วัน

ภาพรวมในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพหุภาคีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคาห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านขั้นตอนการให้บริการ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร โรงแรมควรให้ความสำคัญกับการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาพัก เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และมีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวที่เพื่อน หรือคนรู้จักมาใช้บริการ โรงแรม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการและผู้บริหารควรรักษามาตรฐานการบริการให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีต่อไป เพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการ โรงแรมอีกต่อไปในอนาคต



Title	Tourists Satisfaction of The Hotel Service in Pattaya.
Student Name	Miss Wilasinee Niyomthai
Student ID.	55671244
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2014
Advisor	Associate Professor Dr. Kulkanya Napompech
Co - Advisor	Associate Professor Amornsri Tanpipat

ABSTRACT

Pattaya is a popular and beautiful tourist attraction in Thailand for all time. Because of the distance is not far from Bangkok, it is suitable for relaxing on holiday weekend. The journey to Pattaya is very convenient because the travel is about 2 hours. For this independent study, "Tourists satisfaction of the hotel service in Pattaya", has purpose to study travel behavior and tourists satisfaction of hotel's serving. The data were collected from questionnaires of 385 tourists sample who come and check-in at Pattaya's hotel. The data analyzed the frequency and percentage of personal data as well as travel and check-in behavior at Pattaya's hotel. The data were analyzed by arithmetic mean for finding tourist's satisfaction level in relation to check-in Pattaya's hotel.

The result found that most of the respondents were Thai female, aged between 21-30 years old. They graduated with a Bachelor's degree and were private company employees. They earned approximately 10,001-20,000 baht per month. From the behavioral study showed that almost tourists came to Pattaya for travelling and relaxing. They came with their family and relative. They searched for hotel information by Internet/Website. They decided to check-in any hotel by acquaintance's advice. They frequently traveled on April-June by telephone booking. Price level and period were at 1,001-1,500 baht per night and the length of stay is 2-3 days.

The overall satisfaction of hotel serving was at high level. Considering in each part, found that satisfaction was at high level in every parts including location of the hotel, the service of hotel staff, distribution channels, price, facilities, quality of hotel room, promotion and the process of service.

This independent study suggested that hotel owner or management should have more focused on service to tourists who check-in the hotel to achieve satisfaction and advice to their relations, friends or acquaintance for coming in the next time. Moreover, hotel owner or management should keep good service's standard for coming in the future.



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความช่วยเหลือ แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้ค้นคว้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และให้ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม และรองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณานำให้คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ อันเป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อวีระและคุณแม่ละออ นิยมไทย ที่คอยให้คำปรึกษา กำลังใจ ความห่วงใย ตลอดจนให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้อนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม และช่วยให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวและที่พัก ตลอดจนคำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย รวมทั้งเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ที่มอบกำลังใจและความช่วยเหลือต่าง ๆ

ขอขอบคุณ คุณลิขิต ทองกิม คุณสุกษะพร อนันตพวงศ์ และคุณวิริศวิสต์ เทียวเจริญ ที่คอยให้กำลังใจ คำปรึกษาในการนำเสนอผลการศึกษา และช่วยสนับสนุนการทำงานจนสามารถทำการศึกษาได้อย่างที่ตั้งใจจนลุล่วงเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่ได้จากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ และครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

วิลาสินี นิยมไทย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.5 สมมติฐานของการศึกษา.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว.....	9
2.4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	15
บทที่ 3 โรงแรมและพัทยา.....	18
3.1 ความหมายและลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม.....	18
3.2 ประเภทของโรงแรม.....	19
3.3 ลักษณะธุรกิจโรงแรมที่ดำเนินการในประเทศไทย.....	21
3.4 ประเภทของห้องพัก.....	21
3.5 ประวัติพัทยา.....	22
3.6 ที่ตั้งและพื้นที่ของเมืองพัทยา.....	24
3.7 สภาพภูมิประเทศของพัทยา.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.8 ถนนหลักของเมืองพัทยา	25
3.9 ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	25
3.10 แผนการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี.....	27
3.11 การเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา	29
3.12 แผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา	30
3.13 การแบ่งระดับของโรงแรมเมืองพัทยา.....	31
3.14 แหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	43
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	43
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา....	46
4.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา.....	50
4.4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา.....	55
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	66
5.1 สรุป	66
5.2 ข้อเสนอแนะตามผลการวิจัย.....	68
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ	43
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	44
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	44
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	45
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.7 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเดินทางมาพัชยา.....	46
4.8 จำนวนและร้อยละของบุคคลผู้ร่วมพัก โรงแรมพัชยากับกลุ่มตัวอย่าง	47
4.9 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ โรงแรมที่พักในพัชยา.....	47
4.10 จำนวนและร้อยละของสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรม.....	48
4.11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาพัชยา.....	48
4.12 จำนวนและร้อยละของช่องทางในการจองห้องพัก	49
4.13 จำนวนและร้อยละของลำดับราคาห้องพักของ โรงแรม (ต่อคืน).....	49
4.14 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเข้าพักในโรงแรม.....	50
4.15 ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม	51
4.16 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก.....	51
4.17 ความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก	52
4.18 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม	52
4.19 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	52
4.20 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ.....	53
4.21 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	53
4.22 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	54
4.23 ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัชยา	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม	58
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก	59
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก	60
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม	61
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	62
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ	63
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	64
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	65



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	2
1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างปี พ.ศ. 2548 - ปี พ.ศ. 2555.....	2
3.1 เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	23
3.2 ห้องพักโรงแรมสวีสวีต ชั้นไฮน์	32
3.3 ห้องพักโรงแรมควีน พัทยา	33
3.4 ห้องพักโรงแรมควีน พัทยา	33
3.5 ห้องพักโรงแรมเดอะ มาร์คแลนด์ บูทีค	34
3.6 ห้องพักโรงแรมฮาร์ดร็อค พัทยา	35
3.7 ห้องพักโรงแรมฮาร์ดร็อค พัทยา	35
3.8 ห้องพักโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท	36
3.9 มิโมซ่า.....	37
3.10 พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ.....	38
3.11 ตลาดน้ำ 4 ภาค.....	39
3.12 เมืองจำลอง.....	40
3.13 โรงอุปราชาเวสต์	41
3.14 ปราสาทจักรพรรดิ.....	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงเป็นอันดับต้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ๆ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการช่วยลดการขาดดุลการค้าของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคของประเทศได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการผลิตเพิ่มขึ้นในธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวอีกด้วย ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถจำแนกได้ออกเป็น 3 รูปแบบ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (กุลวดี ละม้ายเงิน, 2552 : 4) ซึ่งปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง 3 รูปแบบนั้นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จนถึงปี พ.ศ. 2555 (ภาพที่ 1.1)

จากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้ได้ปีละหลายแสนล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ยกเว้นปี พ.ศ. 2552 เนื่องจากได้เกิดเหตุการณ์วิกฤตทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว มีผลทำให้รายได้ลดลง แต่หลังจากเหตุการณ์คลี่คลายเข้าสู่ปี พ.ศ. 2553 รายได้จากการท่องเที่ยวกลับเพิ่มขึ้นมากกว่าปี พ.ศ. 2551 จากนั้นได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดต่อเนื่องไปจนถึงปี พ.ศ. 2555 โดยประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวนเกือบล้านล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทยเป็นไปในทิศทางที่ดี (ภาพที่ 1.2)

ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับประโยชน์จากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ในปัจจุบันธุรกิจโรงแรมได้พัฒนาเป็นธุรกิจที่สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันสวยงาม ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ในปัจจุบันมีการดำเนินธุรกิจโรงแรมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้

พัททยาเป็นอีกเมืองหนึ่งซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ จากทรัพยากรที่พร้อมดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาค้นหาความงามอันหลากหลาย ทั้งประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม เกษะแก่งทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งที่พัก ที่กิน แหล่งบันเทิง กีฬาทั้งทางบก และทางน้ำ รวมทั้งทัวร์นาเมนต์กีฬาระดับโลกที่แวะเวียนมาจัดการแข่งขัน ทำให้เมืองพัททยามีบทบาทต่อการพัฒนา และกลายเป็นเมืองเศรษฐกิจแห่งหนึ่งของประเทศ เนื่องจากได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จากความสำคัญและมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ของเมืองพัททยา ทำให้ในปัจจุบันเมืองพัททยามีโรงแรมที่พักเป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบและราคาที่หลากหลายแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของโรงแรมระดับต่าง ๆ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ และอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่พักได้ตามความสะดวก ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักเกิดการแข่งขันกันมากขึ้นในปัจจุบัน เพื่อพัฒนาโรงแรมที่พักของตนให้ดูดี น่าพัก มีความสะดวกสบาย พร้อมกับมีการเสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจในการเข้าพัก

การที่ธุรกิจโรงแรมจะสามารถดำเนินอยู่ได้และประสบความสำเร็จนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเมืองพัททยา โดยการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจโรงแรม และประโยชน์ต่อผู้บริหารกิจการโรงแรมในการวางแผนและพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงยกระดับการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย สามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำงานวิจัย สาขา การท่องเที่ยวหรือสาขาที่เกี่ยวข้องในขอบเขตที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่พักแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีระยะเวลาในการศึกษาวิจัยอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2556 - เดือนมีนาคม 2557

1.5 สมมติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ได้ทำการศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 775) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542 : 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545 : 7) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สำนักงานนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2546 : 37) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้นเป็นความรู้สึกที่แตกต่าง จากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กัน

อย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความ รู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักได้แก่ ทรัพยากรหรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความรู้สึกพึงพอใจ การศึกษาทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความ สุขแก่มนุษย์ ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

ประภาส เกตุแก้ว (2546 : 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของมนุษย์ที่ เกี่ยวข้องกับอารมณ์จากการได้รับการตอบสนองความต้องการซึ่งแสดงออกมาทางพฤติกรรมซึ่ง สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออกทางพฤติกรรม

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546 : 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทาง พฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลนั้นมีความ พึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรง ต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น สิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของ บุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

กรรวิ กันเงิน (2548 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของเรา ที่ต้อง สัมผัสกับโลกทัศน์เกี่ยวกับความหมายของการจัดการสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ การจัดการสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับ ความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือ การทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังที่มีจากลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของ ผู้ให้บริการกับความคาดหวังของลูกค้า หรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) โดยที่ระดับความ พึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของ บุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้น สิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริการประสบความสำเร็จคือ การเสนอบริการที่มีประโยชน์ให้สอดคล้องกับ ความคาดหวังของลูกค้าผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยการสร้าง คุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ได้แก่ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้าน ภาพลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

นอกจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น นักวิชาการ ได้พัฒนาทฤษฎีที่อธิบายองค์ประกอบของ ความพึงพอใจ และอธิบายถึงความสัมพันธ์เกี่ยวกับความพึงพอใจกับปัจจัยอื่น ๆ ไว้หลายทฤษฎี

สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2542 : 161) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงาน ออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจในงาน เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน

ซารินี เดชจินดา (2535 : 14) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นทรศณะของความพึงพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจว่า มนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทรศณะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์ หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ คำว่า “บริการ” ตามคำจำกัดความของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านนี้บริการลูกค้าดี การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2542)

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2543 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการบริการ หมายถึง กระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) โดยการบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย การบริการจะได้รับการทำขึ้น โดยการบริการจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันที หรือเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) ได้กล่าวถึงการบริการว่าหมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนี้จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ซึ่งการจัดประเภทของธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภทคือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ

2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อด้วย เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

3. เป็นการซื้อบริการและสินค้าควบคู่กันด้วย เช่น ร้านอาหาร

4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันวางแผนโบราณ คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 441) กล่าวว่า องค์ประกอบความสำเร็จในการให้บริการ คือ

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการเป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องถือว่าเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน ตลอดจนสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบผู้รับบริการรวมทั้งความพยายามที่จะทำให้ผู้รับบริการชอบ และพอใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังของผู้รับบริการทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกัน นับเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะผู้รับบริการทุกคนต่างก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

6. ความสุภาพในการให้บริการ (Courtesy) การต้อนรับและให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงความมีอัธยาศัยและบรรยากาศของการให้บริการที่เป็นมิตร อบอุ่นและเป็นกันเอง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับความเป็นระบบที่มีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน

นอกจากนี้ ยังได้สรุปปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการไว้ 5 ประการคือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถที่จะดำเนินการให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการอย่างทันท่วงที

3. ความมั่นใจได้ (Assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้ ความสามารถ และมนุษยสัมพันธ์

ของผู้ที่ให้บริการ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

4. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่ และความสนใจ ที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

5. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ และบุคคล

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์ (หลุยส์ มีนะพันธ์, 2551) กล่าวว่า ปริมาณความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค ในแต่ละระดับราคา ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ความต้องการในแง่ของอุปสงค์เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่าย

ฟังก์ชันอุปสงค์ จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าและบริการ ที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ ได้แก่ ราคาสินค้าหรือบริการ รายได้ รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง นโยบายของรัฐบาล ฤดูกาล เป็นต้น ฟังก์ชันอุปสงค์เขียนได้ดังนี้

$$Q_a = f(P_a, I, T, P_b, S, \dots \text{etc})$$

Q_a = ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ a

P_a = ราคาสินค้าหรือบริการ a

I = รายได้ของผู้บริโภค

T = รสนิยมของผู้บริโภค

P_b = ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

S = ฤดูกาล

ทั้งนี้ สมมติว่าผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผล (Rational) ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

อุปสงค์การท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการยังสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะไป ซึ่งนักท่องเที่ยวเองจะมีความต้องการ อำนาจซื้อ และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในระยะเวลานั้น ๆ อีกทั้งยังส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นและลดลงในค่านปริมาณของสินค้าและบริการ ที่เนื่องมาจากอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ฟังก์ชันอุปสงค์การท่องเที่ยวแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยน การโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ฤดูกาลของการท่องเที่ยว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ฟังก์ชันอุปสงค์การท่องเที่ยวดังกล่าวเขียนได้ดังนี้

ฟังก์ชันอุปสงค์การท่องเที่ยวคือ $Q = f(\text{GDP per capita}, \text{ER}, \text{BUDG}, \text{AE}, \text{S}, \text{DUMMY})$

โดยที่ GDP per capita = ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร

ER = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

BUDG = งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว

AE = ปัจจัยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน

S = ฤดูกาลของการท่องเที่ยว

2.4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวิชัย เสมมา (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพญาและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพญา 236 คน และบางแสนจำนวน 164 คน ศึกษาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square tests) ด้วยวิธี exact method ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้น ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน

ธัญญารัตน์ บุญต่อ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรม เวสติน แกรนด์ สุขุมวิท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ายาวต่างชาติที่เข้ามาพักโรงแรม เวสติน แกรนด์ สุขุมวิท จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่า ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีการใช้บริการโรงแรมเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจส่วนตัว ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นด้านการให้บริการในรูปแบบของการบริการที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการเอาใจใส่อย่างดี ความพึงพอใจในระดับสูงมักเป็นแนวโน้มในการแนะนำ และบอกต่อผู้อื่นในการใช้บริการ

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2552) สำรวจความคิดเห็นเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เก็บข้อมูลบริเวณห้องพัสดุโดยสารขาออก อาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ ทำอากาศสุวรรณภูมิ จำนวน 902 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวยังคงให้คะแนนความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวประเทศไทยที่คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 7.76 จากคะแนนเต็ม 10 โดยมีความพึงพอใจในอสังหาริมทรัพย์ของคนไทยมีคะแนนสูงสุด ขณะที่ความพึงพอใจในคุณภาพอากาศมีคะแนนต่ำสุด ทั้งนี้สอบถามนักท่องเที่ยวถึงความต้องการกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง พบว่าร้อยละ 94.1 จะกลับมาอีก และส่วนใหญ่ยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวประเทศไทยด้วย

กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธ์ (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติจังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ จำนวน 400 คน จากการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องในระดับมาก สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ คือ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสมาคมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในขณะที่สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ กลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ขนาดกลุ่มเดินทาง และการเข้าร่วมกิจกรรม ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ มุสนิธรินพีช และมูลนิธิโลกสีเขียว (Think Earth) ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ

พัชรารักษ์ ฟองเงิน (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ ผู้ใช้บริการของพนักงานต้อนรับของ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ภายในช่วงเดือนมกราคม 2553 จำนวน 399คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษา พบว่าระดับคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับอยู่ในระดับมากที่สุด และคุณภาพมาตรฐานการให้บริการของพนักงานต้อนรับอยู่ในระดับมาก

ภาวิณี เต็มดี (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการใน Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการใน Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรม

Boutique Hotel จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยคือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้าง หรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ คนไทยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ชาวต่างชาติมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 50,000 ดอลลาร์ต่อปี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลและวันหยุดสุดสัปดาห์ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวคือ 3-5 วัน เดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อน จำนวนผู้ร่วมเดินทางมีประมาณ 3-5 คน มีการเข้าพักในอัตราค่าห้องอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท รับประทานข้อมูล Boutique Hotel จากอินเทอร์เน็ต เพื่อนหรือคนรู้จัก และนิตยสารหรือไกด์บุ๊ก ตามลำดับ จากผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการใน Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมกลุ่ม Boutique Hotel เป็นกลุ่มรักความเป็นอิสระ และต้องการหาความแปลกใหม่ในการพักผ่อน มีเอกลักษณ์ส่วนตัวที่โดดเด่น ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ หรือโรงแรมมีเอกลักษณ์โดดเด่น แปลกตา ตรงกับสไตล์การท่องเที่ยวของตน จึงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมกลุ่ม Boutique ปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยเพิ่มความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น คือด้านบริการ พนักงานบริการดี มีความเอาใจใส่จากพนักงาน ราคาของโรงแรมก็ไม่ควรแพงจนมากเกินไป มีการเสนอโปร โมชั่น หรือส่วนลดให้กับกลุ่มลูกค้าที่พักในระยะยาว (Long Stay) ในเรื่องสถานที่ตั้งก็ควรที่จะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องไม่พลุกพล่านจนเกินไป

อภิชาติ ศรีพวง (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของโรงแรมสุณีย์ แกรนด์ แอน คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนด้วยการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการบริการของพนักงาน ด้านสภาพห้องพัก ด้านอุปกรณ์ภายในห้องพัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความปลอดภัย ด้านห้องจัดเลี้ยง และด้านบริการอื่น ๆ ของโรงแรม (สปา สระว่ายน้ำ และฟิตเนส) และด้านภาพรวมของโรงแรม ซึ่งด้านภาพรวมทุกด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านสภาพห้องพัก

อาทิตย์ แซ่ย่าง (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุยในด้านสถานที่พักในอุทยานแห่งชาติควรมีการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกสาธารณะนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดหาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะเพิ่มขึ้น เช่น ห้องน้ำที่สะอาดพร้อมรองรับการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

ขนิษฐา แจ่มประจักษ์ (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา สามชุก ตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ขึ้นไป และเข้ามาเที่ยวในตลาดสามชุก ตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยใช้สถิติ t-test F-test (One-Way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD ทดสอบความสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยว สามชุก ตลาดร้อยปี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 21-30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนิสิตหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสามชุก ตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการมาท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ มีการทราบแหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของผู้ที่เคยมา มีความถี่ในการมาท่องเที่ยวเพียงเดือนละครั้ง นิยมไปเที่ยวในลักษณะเป็นแบบครอบครัว เดินทางโดยใช้รถส่วนตัว ไม่นิยมพักแรมหรือค้างคืน นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสามชุก ตลาดร้อยปีแตกต่างกัน

จิรัฐ เจนพิงพร (2554) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัดด้วยตัวแบบ ECSI โดยจัดเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้าพักโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดกระบี่และจังหวัดภูเก็ตทั้งหมด 12 โรงแรม โดยแบ่งเป็นโรงแรมในจังหวัดกระบี่ 7 โรงแรม จำนวนห้องพักทั้งหมด 396 ห้อง และโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต 5 โรงแรม จำนวนห้องพักทั้งหมด 669 ห้อง โดยวิธีการวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์ที่จะประมวลข้อมูลของตัวแปรทั้งหมด ทั้งตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดพร้อมกันในลักษณะตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของห้องพักเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของโรงแรมราคาประหยัด ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้าและส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยชีวิตที่สำคัญที่สุดของห้องพัก ได้แก่ ความสะดวกของทั้งห้องพักและห้องน้ำ และเรียงลำดับต่อมาดังนี้ แสงสว่างอย่างเพียงพอ ความคมชัดของโทรทัศน์ และขนาดห้องพักที่เหมาะสม ดังนั้น ถ้าโรงแรมราคาประหยัดจัดเตรียมห้องพักในลักษณะดังกล่าวให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจะยังรับรู้คุณค่าของ โรงแรม และยิ่งพึงพอใจในโรงแรมดังกล่าว

เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ลูกค้าจรักรักติดโรงแรม โดยการกลับมาใช้ซ้ำในโอกาสต่อไป รวมถึงแนะนำโรงแรมดังกล่าวแก่ผู้อื่นด้วย

พวงพิศ บุญระรัตน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงครามแบบอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวและพักค้างในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 318 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกในสถานที่พักค้างที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถิติที่ใช้จากการศึกษาสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดภาคกลาง มีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งจะใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยว 1-2 วัน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการพักผ่อนแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คน สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศที่ชอบมากที่สุดคือ ทะเล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปัจจุบัน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากการมีบุคคลแนะนำ มักเดินทางเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่พบว่าเป็นการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครั้งแรก โดยมีผู้ร่วมในการเดินทาง 2-3 คน มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งระหว่าง 1,000-3,000 บาท ใช้เวลาท่องเที่ยว 2-3 วัน จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือของฝาก ด้านสถานที่จอดรถ และค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้านภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝากมีค่าน้อยกว่าการรับรู้จริง สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ขณะที่การรับรู้จริงด้านสถานที่จอดรถมีค่าน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ

ชยุต โปธิรัตน์และคณะ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมสวนดุสิต เฟลส กรุงเทพมหานคร โดยมีการสำรวจจากการเก็บตัวอย่าง 100 คน เป็นการกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลผู้ให้บริการที่เข้าพักเรียบร้อยแล้ว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการของลูกค้ำที่เข้ามาพักที่โรงแรมสวนดุสิต เฟลส กรุงเทพมหานคร ด้านขั้นตอนการให้บริการ พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและบริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ด้านการเอาใจใส่ พนักงานมีความเอาใจใส่ดูแลผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และให้เกียรติผู้ให้บริการ แต่ควรมีที่จอดรถเพิ่มมากขึ้น

2.5 วิธีดำเนินการวิจัย

2.5.1 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาภาคสนาม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

2.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่

เกี่ยวข้อง

2.5.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยานั้น ใช้แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.5.3 ประชากรและขนาดของตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. ขนาดตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักแรมที่โรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการศึกษา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรครุณีที่ไม่

ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และการกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณโดยไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) โดยใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	Z	คือ	ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นคือ 95 % ดังนั้น Z = 1.96
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (allowable error) โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน 5 % (e = 0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน

2.5.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมที่โรงแรมในเขตเมืองพัทยาเหนือ พัทยากลาง และพัทยาใต้ โดยมีความสะดวกและยินดีที่จะให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม จำนวน 385 คน โดยการแบ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพัทยาเหนือ จำนวน 128 คน พัทยากลาง 128 คน และพัทยาใต้ 129 คน

2.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วได้เรียบเรียงตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows (Statistic Package for Social Science) ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติดังนี้

1. ใช้โปรแกรม SPSS และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ผลของข้อมูล เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในพัทยา

2. ใช้มาตราวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ในการแบ่งระดับความพึงพอใจ โดยอ้างอิงมาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert's Scale) ซึ่งเป็นลักษณะคำถาม มีคำตอบให้เลือกตามระดับคะแนน คือ

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยนำข้อมูลใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) เทียบกับลำดับขั้นของคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอินตรากว้าง} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนขั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากการคำนวณ สามารถกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความพึงพอใจได้ดังนี้
 ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests)

บทที่ 3

โรงแรมและพัทยา

พัทยานั้นเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งหนึ่งของเมืองไทย โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยในปัจจุบันเมืองพัทยานั้นเป็นมากกว่าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวแบบในอดีตแล้ว เพราะได้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติและรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น มีสถานที่พักผ่อนจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่พักได้ในรูปแบบที่หลากหลาย นอกจากนั้นในตัวเมืองยังเต็มไปด้วยแหล่งช้อปปิ้ง และร้านอาหาร สำหรับนักกิน นักช้อปปิ้ง และนักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือไปเที่ยวชมเกาะล้านที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองพัทยาได้อีกด้วย ดังนั้น ในปัจจุบันพัทยาจึงถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย ในบทนี้จะนำเสนอข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ที่น่าสนใจของอุตสาหกรรมโรงแรม รวมถึงความน่าสนใจของการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ความหมายและลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม

โรงแรม หมายถึง “บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว” ต้องประกอบด้วยการจัดบริการอาหาร และเครื่องดื่มให้แก่ผู้ที่เข้าพักตามความต้องการได้ด้วย มีกำหนดไว้ว่า “เคหะสถานใดใช้ในบ้านพักดังกล่าว คือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ ซึ่งระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน โดยผู้มีสิทธิ์ให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้พักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็น โรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น อุตสาหกรรม โรงแรม อาจสรุปได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีสถานประกอบการจัดตั้งเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พัก มีบริการอาหารเครื่องดื่มไว้สำหรับบริการคนเดินทางอย่างมีแบบแผน มีมาตรการควบคุมตามขอบข่ายของการบริการนั้น ๆ ดังนั้น อุตสาหกรรมโรงแรมจึงแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่มีผลผลิตในรูปแบบของสินค้ารูปวัตถุ แต่โรงแรมเป็นเครื่องมือการผลิตที่มุ่งขายบริการให้ได้กำไรให้คุ้มกับการบริหารงานและทุนที่ลงไป ผลผลิตที่เกิดจากอุตสาหกรรม โรงแรม ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นหน่วยผลิตเชิงซ้อน (Complex Production Unit) ซึ่งต้องบริการงานด้านต่าง ๆ มากมาย เช่น การให้เช่าห้องพัก การใช้ห้องโถง ห้องรับแขก สระว่ายน้ำ สวนดอกไม้ ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม ฯลฯ

ลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม

1. เป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนไหวไม่ได้ (อสังหาริมทรัพย์) ไม่สามารถติดตามลูกค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ (Fixed Location)

2. การขายบริการจำเป็นจะต้องขยาย ณ ที่ทำการผลิต ณ สถานที่ผู้ให้บริการและในเวลาที่ต้องการไม่ใช่ก่อนหรือหลัง

3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้ ผลผลิตจัดเป็นสินค้าที่เสียง่าย (Perishable Goods) เพราะห้องพักที่ว่างในแต่ละคืน จะทำให้เกิดการขาดทุนที่ธุรกิจไม่สามารถเอาคืนได้ (Irretrievable Loss)

4. ขึ้นอยู่กับแรงงานมนุษย์ มีขอบเขตจำกัดในการใช้เครื่องทุ่นแรงทำแทน

5. เป็นสถานที่พักเปิดเพื่อให้บริการต่าง ๆ แก่สาธารณชนทุกคนที่สามารถเข้าพักได้ (ช้อยกเว้น เด็กที่ไม่มีผู้ปกครองในบางกรณีตามระเบียบกฎหมายและระเบียบวัฒนธรรม)

6. เป็นอุตสาหกรรมที่ขายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องอาศัยการจ่ายเงินจากลูกค้า เพื่อชดเชยกับต้นทุนที่จำเป็นและให้โรงแรมได้มีกำไรพอสมควร เอกสิทธิ์ทางด้านราคาเป็นสิทธิเฉพาะตัวของอุตสาหกรรมโรงแรม

7. ควรจะเป็นการบริการเฉพาะคน (Individual Service) แก่ลูกค้าแต่ละคนเท่า ๆ กันกับครอบครัวหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ๆ แต่อุปสงค์จะมีลักษณะแตกต่างกันไปและไม่สม่ำเสมอ

8. เป็นบริการเปิดเสรีที่เป็นระเบียบ ซึ่งมีคุณภาพในระดับมาตรฐานหรือระดับเยี่ยมห้องพักพร้อมห้องน้ำหรือไม่มีห้องน้ำ อาหารในราคาต่าง ๆ กัน มีบริการซักรีด ซักแห้ง ขายโปสการ์ด ขายของที่ระลึก และเครื่องดื่ม

9. การลงทุนในอุตสาหกรรม โรงแรมต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ประจำ

10. อุตสาหกรรมเกี่ยวกับ โรงแรมนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่เจ้าของธุรกิจต้องอาศัยการบริการหลาย ๆ ด้าน (Supporting Service) ได้แก่ การขนส่ง การให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม การให้ความบันเทิง การท่องเที่ยว

3.2 ประเภทของโรงแรม

ในการจำแนกประเภทของโรงแรมนั้น เป็นการยากที่จะบ่งบอกอย่างชัดเจนว่า โรงแรมแห่งใดจัดอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง การจัดแบ่งอาจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้แบ่ง ซึ่งใช้เกณฑ์ต่าง ๆ กันสรุปได้ดังนี้

1. การแบ่งโรงแรมตามประเภทของกิจการ (Lodging Properties) ได้แก่ โรงแรมในขนาดต่าง ๆ (Hotels) โมเต็ล (Motels) โรงแรมห้องชุด (All suite hotels) ลอดจ์ (Lodges) หอพัก (Hostels) รีสอร์ท (Resorts) ที่พักแบบบ้าน (Bed and breakfast inns) ลักษณะคอนโดมิเนียมหรือคอนโดเทล และที่พักที่ถือในกรรมสิทธิ์ร่วมกัน (Condominium or condotels and time-sharing hotels) ศูนย์สุขภาพ (Health care center)

2. แบ่งตามลักษณะทางการตลาด (Marketing Orientation) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ที่พักอาศัย (Residential) ประกอบด้วยที่พักที่อยู่ย่านชุมชน และย่านชานเมือง

2.2 ที่พักเพื่อการพาณิชย์ (Commercial) ประกอบด้วยพักในย่านชุมชน ย่านชานเมือง บริเวณใกล้สนามบิน บนเส้นทางรถยนต์

3. การแบ่งตามระดับการขายและการบริการ (Sales indicators and service) แบ่งได้ดังนี้

3.1 ปริมาณการใช้บริการของแขก

3.2 อัตราค่าบริการและการบริการ แบ่งเป็น

3.2.1 ที่พักแบบจำกัดการบริการ (Limited Service)

3.2.2 ที่พักแบบห้องชุด (All-Suite Hotels)

3.2.3 ที่พักแบบไม่จำกัดการบริการ (Unlimited Service)

4. การแบ่งตามรูปแบบการดำเนินการ (Affiliation)

4.1 โรงแรมในเครือ (Chain)

4.1.1 แบบแฟรนไชส์ (Franchise) หรือเรียกว่า การดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการรับสิทธิ์ ประกอบด้วย ผู้ให้สิทธิ์ คือ ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับโลก ส่วนผู้รับสิทธิ์คือ เจ้าของหรือผู้บริหารโรงแรม ผู้รับสิทธิ์จะได้รับการยอมรับให้อยู่ในกลุ่มของโรงแรมที่มีชื่อเสียง เพื่อประโยชน์ทางการตลาดและการจองห้องพัก ซึ่งผู้รับสิทธิ์นั้นจะต้องปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ให้สิทธิ์กำหนดไว้ รวมทั้งการจ่ายค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ให้สิทธิ์ตามแต่จะตกลงกัน

4.1.2 แบบการทำสัญญาการจัดการ (Management Contract) เจ้าของจะมีฐานะเป็นผู้ลงทุน โดยเจ้าของโรงแรมจะทำสัญญากับกลุ่มโรงแรมเพื่อให้ส่งบุคลากรมาบริหารกิจการโรงแรมของตน โดยยินยอมจ่ายค่าธรรมเนียมหรือจ่ายเปอร์เซ็นต์จากรายได้ให้เป็นการตอบแทน

4.1.3 แบบรีเฟอรัล (Referral) เป็นการดำเนินการ โดยมีสำนักงานกลางทำหน้าที่สำรองห้องพักไปยังโรงแรมที่อยู่ในเครือข่าย

4.2 แบบอิสระ (Independent) เป็นการดำเนินการโดยอิสระ โดยเจ้าของกิจการเอง

3.3 ลักษณะธุรกิจโรงแรมที่ดำเนินการในประเทศไทย

การแบ่งกลุ่มธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยนั้น มีการแบ่งกลุ่มตามระดับสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) โดยใช้ราคาห้องพักเป็นเกณฑ์ ซึ่งมีการบริหารงานในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ดำเนินงานโดยเจ้าของกิจการ เป็นลักษณะ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่มากนัก ดำเนินงานในรูปของนิติบุคคล มีห้องพักจำนวนมาก และมีลักษณะการบริหารงาน ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ดำเนินธุรกิจโรงแรมในเครือนานาชาติ (International Hotel Chain) แบ่งออกเป็น

1.1.1 การร่วมลงทุนโดยตรง เป็นการซื้อหุ้นกิจการ โรงแรมที่มีอยู่แล้ว หรือร่วมลงทุนสร้างโรงแรมขึ้นมาใหม่

1.1.2 การเข้ากิจการ เป็นการเข้าโรงแรมที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วมาดำเนินการเอง ผู้ให้เช่าไม่มีสิทธิ์ในการบริหาร และจะเปลี่ยนชื่อ โรงแรมตามชื่อของ Hotel Chain นั้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงการจัดการและการบริหาร โดยผู้เช่าจะรับผิดชอบด้านค่าใช้จ่าย และผลกำไรจะเป็นของผู้เช่า โดยผู้ให้เช่าจะมีรายได้จากค่าเช่าเท่านั้น การดำเนินการในรูปแบบนี้จะอยู่ภายใต้บังคับบริหารการ โรงแรมระดับอาชีพจากต่างประเทศ

1.1.3 การรับสิทธิ์ในการใช้ชื่อหรือแฟรนไชส์ (Franchise) โรงแรมที่ซื้อสิทธิ์จะเปลี่ยนมาใช้ชื่อตาม Hotel Chain นั้นและรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกับผู้ให้สิทธิ์ใช้ระบบการสำรองห้องพักระหว่างโรงแรมในเครือ ในรูปแบบนี้เจ้าของกิจการยังคงรับผิดชอบการบริหารอยู่ แต่จะมีตัวแทนของผู้ให้สิทธิ์มาร่วมบริหารงานด้วย

1.1.4 การบริหารด้านการจัดการ เป็นการเสนอขายการจัดการให้แก่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง โดย Hotel chain จะรับผิดชอบการจัดการให้ทั้งหมด แต่ไม่รับผิดชอบฐานะทางการเงินของ โรงแรม รายได้ของ โรงแรมในเครือมาจากกำไรจากการดำเนินงาน

1.2 การดำเนินธุรกิจโรงแรมไทย เป็นการบริหารงานของกลุ่มธุรกิจ โรงแรมที่เป็นคนไทย โดยเริ่มต้นจากการบริหาร โรงแรมเพียงแห่งเดียว และเมื่อเรียนรู้ระบบการดำเนินงาน และมีประสบการณ์ในธุรกิจ โรงแรมจึงขยายกิจการออกไป

3.4 ประเภทของห้องพัก

การกำหนดประเภทของห้องพัก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และให้บริการที่สะดวกสบายที่สุดกับแขกที่มาพัก โรงแรมแต่ละแห่งจึงแบ่งห้องพักออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ห้องพักเตียงเดี่ยว (Single Room) คือห้องพักที่ประกอบด้วยเตียงเดี่ยวหนึ่งเตียงรับรองแขกพักได้ 1 คน ขนาดของเตียงคือกว้าง 90 เซนติเมตร ยาว 190 เซนติเมตร
2. ห้องพักเตียงคู่ (Twin Room) คือห้องพักที่ประกอบด้วยเตียงเดี่ยวสองเตียงวางคู่กัน โดยมีโต๊ะหัวเตียงคั่นอยู่ระหว่างกลาง รับรองแขกพักได้ 2 คน
3. ห้องพักเตียงใหญ่ (Double Room) คือห้องพักที่ประกอบด้วยเตียงขนาดใหญ่ 1 เตียง กว้าง 180 เซนติเมตร ยาว 190 เซนติเมตร
4. ห้องพัก 3 คน (Triple Room) คือห้องพักที่ประกอบด้วยเตียงเดี่ยว 3 เตียง หรือเตียงใหญ่ 1 เตียงและเตียงเดี่ยว 1 เตียง รับรองแขกได้ 3 คน โดยปกติการนำเตียงเดี่ยว ที่เรียกว่าเตียงเสริม (Extra bed) เข้าไปเสริมในห้องพักเตียงคู่ หรือห้องพักเตียงใหญ่ ในกรณีที่มีที่ว่างพอจะเสริมได้ไม่ถือว่าเป็น Triple
5. ห้องชุด (Suite) คือห้องพักที่ประกอบด้วยห้องพักเตียงคู่หรือห้องพักเตียงใหญ่เปิดทะลุติดต่อกับห้องรับแขกหรือห้องนั่งเล่น โดยมากมักตกแต่งสวยงามเป็นพิเศษ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าห้องพักธรรมดาทั่ว ๆ ไป
6. Studio คือห้องรับแขกหรือห้องนั่งเล่น ซึ่งสามารถตัดแปลงเป็นห้องนอนได้ โดยปรับเก้าอี้แนวยาวเป็นเตียงนอน
7. Connection Rooms คือ ห้องพัก 2 ห้อง อยู่ติดกัน และมีประตูถึงกัน
8. Adjoining Rooms คือ ห้องพัก 2 ห้องอยู่ใกล้กัน แต่ไม่มีประตูถึงกัน

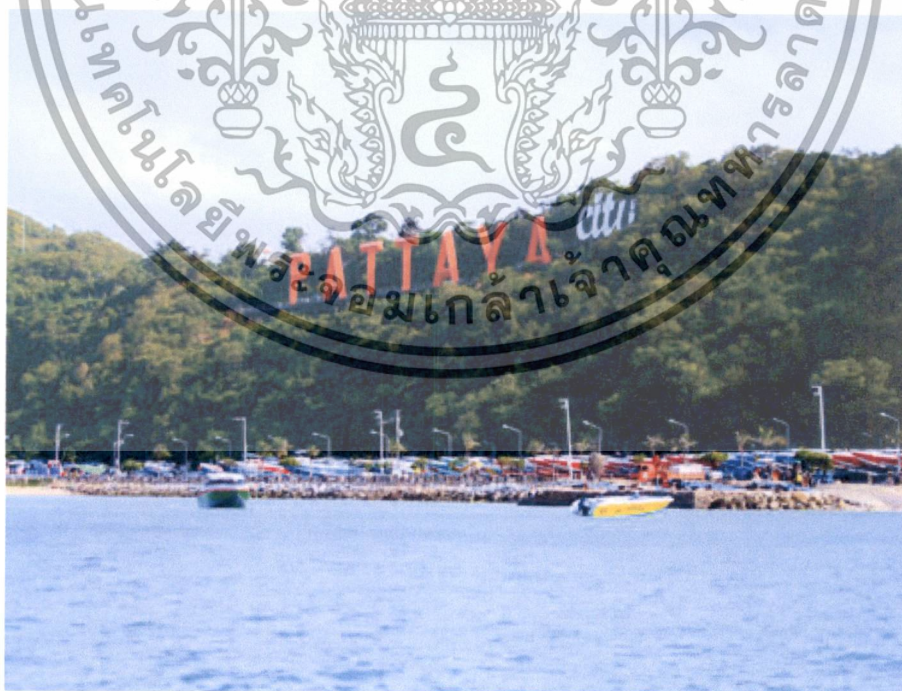
3.5 ประวัติพิทยา

คำว่า “พิทยา” นั้นมีประวัติเล่ากันมาว่า เมื่อ พ.ศ. 2310 ก่อนที่จะเสียกรุงแก่พม่า 2 เดือน พระยาตาก (สิน) ซึ่งขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชรเห็นว่าถ้าในกรุงศรีอยุธยาต่อสู้กับพม่าอ่อนแออย่างที่เป็นเช่นนี้ จะต้องเสียกรุงจึงคิดหนีไปตั้งตัวใหม่ หาสวรรค์พรรคพวกได้ประมาณ 500 คน ยกออกจากค่ายวัดพิชัย มุ่งไปทางตะวันออกเฉียงใต้ และได้รับกับพม่าที่ยกติดตามไปถึง 4 ครั้ง จนกระทั่งได้เดินทัพล่วงหน้าไปแขวงเมืองชลบุรี พระยาตากไปพักทัพที่บริเวณหน้าวัดใหญ่อินทาราม (ปัจจุบัน) และจึงเคลื่อนทัพมุ่งไปยังจันทบุรี ระหว่างทางได้พักทัพที่บ้านหนองไผ่ (ซึ่งอยู่ด้านหลังสถานีตำรวจภูธรพิทยา ริมถนนสุขุมวิทปัจจุบัน) ตำบลนาเกลือ แขวงเมืองบางละมุง พระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา เล่ม 2 กล่าวไว้ว่า “ขณะนี้นายกลม เป็นนายชุมนุม” คุณไพร่พลอยู่ที่นั่น คอยสกัดจะต่อรอง และพระยากำแพงเพชรขึ้นขี่ช้างพลาย ถือปิ่นนกกัษบางแดงพร้อมด้วยพลทหารแห่แวดล้อมหน้าหลังตรงเข้าไปในระหว่างพวก พลนายกลม ซึ่งมาสกัดอยู่นั้นด้วยเดชบารมีบันดาลให้นายกลมเกรงกลัวเดชาภาพวางอาวุธเสียสิ้น พวกพลทัพเข้าอ่อนน้อมเป็นข้า แล้ว

นำทัพไปหยุดประทับ ณ ที่มีหนองน้ำ รุ่งขึ้นวันอังคาร แรม 6 ค่ำ เดือนยี่ นายกลมจึงนำไพร่พลหมื่นหนึ่ง นำทัพไปถึงตำบลแห่งหนึ่ง หยุดพักแรมเสียดินหนึ่ง รุ่งขึ้นเดินทัพมาถึงจอมเทียนและทุ่งไก่อเตี้ย สัตหีบ หยุดพักแรมแห่งละคืน

ต่อมาตำบลแห่งนั้นชาวบ้านเรียกว่า “ทัพพระยา” และต่อมาเรียกใหม่เป็น “พัทธยา” มีทั้งตัว ท.ทหาร และตัว ธ.ธง เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาดำรงมาตั้งทัพนั้นท่าเลดี มีลมทะเลชื่อลมพัทธยา คือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนั้นว่า “หมู่บ้านพัทธยา” ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็น “พัทธยา”

เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 มีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คันได้บรรทุกทหารเต็มคันรถประมาณคันละ 100 คน จากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพัทธยา และเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทร พักอยู่เป็นประจำ บ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้ของหาดพัทธยาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวด ๆ ละ 1 สัปดาห์ และพักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าวด้วยเหตุการณ์นี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพัทธยา และต่อมาพัทธยาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัยเหมือนในปัจจุบัน ก่อนเดือนพฤศจิกายน 2521 พัทธยาในฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2499 มีพื้นที่เฉพาะในตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพัทธยาได้ เมื่อปี 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแลประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร



ภาพที่ 3.1 เมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี

ที่มา : สำนักงานเทศบาลตำบลนาเกลือ. 2556

พืชมามีการแบ่งโซนการท่องเที่ยวทั้งหมดออกเป็น 4 ส่วน คือ พืชยาเหนือ พืชยา กลาง พืชยาใต้ และหาดจอมเทียน นอกจากนี้ยังมีเกาะเล็ก ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมายหลาย แห่ง เช่น เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาก ฯลฯ ซึ่งในแต่ละเกาะนั้นล้วนมีทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น หาดทรายขาว น้ำทะเลใส มีแนวปะการังอุดมสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทะเล และชื่นชอบการ ดำน้ำ สามารถดำชมปะการัง ได้ทั้งน้ำตื้น และน้ำลึกได้ที่พืชม่าแห่งนี้ การเดินทางไปมา มีความ สะดวกมาก เพราะเกาะเหล่านี้ตั้งอยู่ไม่ไกลจากชายหาดพืชม่ามากนัก เช่น เกาะล้านสามารถเดินทาง โดยเรือเมล์จากท่าเรือพืชม่าใต้ได้ ส่วนการเดินทางจากพืชม่าไปเกาะสาก เกาะไผ่นั้น จะเหมาะเรือ จากพืชม่าใต้ หรือเหมาะเรือเร็วจากเกาะล้านไปได้เช่นเดียวกัน

3.6 ที่ตั้งและพื้นที่ของเมืองพืชม่า

เมืองพืชม่า มีพื้นที่ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออก บริเวณเส้นรุ้งที่ 13° เหนือ และเส้นแวง ที่ 101° ตะวันออก ซึ่งอยู่ในเขตท้องที่ของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี และอยู่ห่างจากจังหวัด กรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร (130,062.50 ไร่) ส่วนของชายหาดพืชม่าจะมีความยาวประมาณ 15 กิโลเมตร เมืองพืชม่าประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล คือ ตำบลนาเกลือ ตำบลหนองปรือ ตำบลห้วยใหญ่ และตำบลหนองปลาไหล และมีอาณาเขตทาง ทิศต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงถาย

ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิท ไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 900 เมตร)

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล

ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

3.7 สภาพภูมิประเทศของพืชม่า

ลักษณะภูมิประเทศของเมืองพืชม่า เป็นที่เนิน มีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของ ย่านพาณิชย์กรรม หรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพืชม่าขึ้นไปทาง ตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบด้วยเนินเขาเตี้ย ๆ สูงไม่เกิน 100 เมตรที่ระดับน้ำทะเลปาน กลาง (ม.รทก.) ตั้งแต่ทิศเหนือลงมาเป็นเนินเขาเตี้ย ความสูงประมาณ 35 ม.รทก. บริเวณถัดลงมา เป็นเขาน้อย เขาตาโล และเขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม.รทก. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขา พืชม่าทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม.รทก. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่าง

เชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง อยู่ทางตอนบน และตอนล่าง โดยที่ราบตอนบนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางของชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่างมีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขา และที่ราบดังกล่าวทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติ ลักษณะลำน้ำโดยทั่ว ๆ ไปซึ่งมีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผี้ยว คลองพญา เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพญาบางส่วน ยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก

3.8 ถนนหลักของเมืองพญา

สำหรับถนนเส้นหลักของพญามีทั้งหมด 7 เส้น คือ เส้นแรกเป็นถนนสุขุมวิทที่เชื่อมต่อไปยังสถานที่ต่าง ๆ นอกจากเมืองพญาได้ เช่น ชลบุรี ศรีราชา ลัดทึบ หรือระยะของนั่นเอง เส้นที่สองเป็นเส้นพญาเหนือ ซึ่งจะเป็นเส้นหลักเส้นแรกสำหรับเข้าตัวเมืองพญา ซึ่งหากมีผู้เดินทางขับรถเข้ามาในเส้นนี้ จะพบที่ทำการของเมืองพญา เทศ ใกล้เคียง สาขาพญาเหนือ และวงเวียนปลาโลมา ส่วนเส้นถัดมาสำหรับเข้าตัวเมืองพญานั้น เรียกว่าถนนพญากลาง เส้นนี้จะพบกับบึงซีเอ็กซ์ต๊ร้า (เดิมเป็นคาร์ฟูร์พญากลาง) และที่ทำการที่โอทีที่ตั้งอยู่ที่เส้นนี้เช่นกัน ส่วนเส้นสุดท้ายสำหรับเข้าเมืองพญา คือถนนพญาใต้ ซึ่งหากผู้เดินทางเข้าเมืองพญาผ่านทางเส้นนี้ จะต้องเจอกับบึงซี สาขาพญาใต้ที่จุดตัดระหว่างเส้นพญาใต้กับเส้นสุขุมวิท พอเข้ามาด้านในถนนพญาใต้แล้วจะเจอดีกอมพญาอีกแห่งหนึ่งเป็นจุดสังเกตหลัก

ถัดจากถนนสำหรับเข้าเมืองพญามา จะมีถนนอีกสามเส้นหลักที่ขนานกับเส้นสุขุมวิทเชื่อมต่อตั้งแต่พญาเหนือถึงพญาใต้ เส้นในสุดคือ ถนนพญาบิซ (ถนนเลียบชายหาด) ซึ่งอยู่ติดกับชายหาด และมีห้างดังคือห้างเซ็นทรัลบิซ ไมค์ซ็อบบี้มอลล์ และโรยด์ การ์เด็น พลาซ่าอยู่ติดกับถนนเส้นนี้ ถนนเส้นชายหาดนี้เป็นถนนเดินทางเดียวจากพญาเหนือไปพญาใต้ ถัดจากชายหาดขึ้นมาจะเป็นเส้นที่สองที่ถูกเรียกว่าสายสอง ซึ่งเป็นถนนเดินทางเดียวเช่นกันจากพญาใต้ไปพญาเหนือ ส่วนเส้นสุดท้ายคือ สายสามเชื่อมต่อพญาเหนือถึงพญาใต้เช่นกัน แต่รถสามารถวิ่งได้ทั้งไปและกลับ

3.9 ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

1. การบริการขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ บางส่วนที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ พบปัญหาด้านการให้บริการด้านการขนส่งสาธารณะ เช่น

พนักงานขายตัวมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พุดจาไม่สุภาพ รดออกไม่ตรงเวลาที่กำหนด พนักงานขับรถไม่สุภาพ ภายในรถสกปรก รถมีสภาพเก่า เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบางประเภท เช่น อุทยานแห่งชาติ น้ำตก ถ้าในบางพื้นที่เข้าถึงได้ลำบาก เส้นทางเข้าขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ ระยะทางไกล ไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน บางครั้งป้ายบอกทางขนาดเล็กเกินไป ทำให้เกิดความสับสนในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีลานจอดรถไม่เพียงพอกับจำนวนคนที่เข้ามาท่องเที่ยวที่มากเกินไป ไม่มีการจำกัดนักท่องเที่ยว การจอดรถของนักท่องเที่ยวไม่มีความเป็นระเบียบ บางพื้นที่จอดรถไม่เอื้ออำนวย การเบียดเสียดกัน สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีมิชชันนารีเข้ามาหากิน เช่น การล้วงกระเป๋าทูบกระจก รถ ขโมยทรัพย์สินภายในรถ เป็นต้น

3. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาเกี่ยวกับภาชนะรองรับขยะในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีจำนวนภาชนะรองรับขยะที่ไม่เพียงพอ และบางแห่งจัดวางภาชนะรองรับขยะไม่ทั่วถึง นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวบางประเภท เช่น วัด ทะเล น้ำตก พบเศษขยะบริเวณหน้าวัด ชายหาด น้ำตก โดยไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลรับผิดชอบจัดเก็บขยะ และบางแห่งมีถังขยะแต่ช่วงเวลาการจัดเก็บ และถ่ายขยะไม่เหมาะสม ทำให้เศษขยะล้นถังตกเรียรดสกปรก และส่งกลิ่นเหม็น โดยเฉพาะเศษแก้ว ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยว

4. ปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีห้องน้ำไม่เพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ ขาดการดูแลรักษาความสะอาด และส่วนใหญ่เป็นห้องน้ำรวม ไม่แยกห้องน้ำหญิงและห้องน้ำชาย

5. ปัญหาเกี่ยวกับร้านขายของฝาก และของที่ระลึก ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ร้านขายของฝาก และของที่ระลึกมีการจำหน่ายสินค้าราคาแพง คุณภาพของสินค้าไม่ได้มาตรฐาน และสินค้าบางชนิดหมดอายุ

6. ปัญหาเกี่ยวกับร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง มีจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่เพียงพอกับความต้องการ และบางส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในราคาที่สูงกว่าปกติ

7. สื่อที่ใช้ถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และอุทยานประวัติศาสตร์มีจำนวนน้อย ข้อมูลไม่ชัดเจน และรูปแบบการนำเสนอบางส่วนไม่เหมาะสม นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดสื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวน้อย หรือได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารเป็นภาษาอังกฤษมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

8. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่ทั่วถึงแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง

ท่องเที่ยวดังกล่าว และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และไม่มีมัคคุเทศก์ประจำแหล่งท่องเที่ยว

3.10 แผนการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี

ผู้บริหารเมืองพัทยาได้ประกาศนโยบายเกี่ยวกับหลักการนำพาเมืองพัทยาสู่ความสมดุล (Balanced up) เพื่อให้การบริหารและการพัฒนาเมืองพัทยามีทิศทางการทำงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับแนวนโยบายของคณะผู้บริหารเมืองพัทยาได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เมืองพัทยาสามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน จึงมีนโยบายให้จัดทำแผนพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) ซึ่งกำหนดหลักการในการดำเนินการไว้ดังนี้

1. การกำหนดแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนบนพื้นฐานของความสมดุล โดยพัฒนาต่อจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 5 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2558) และแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (ปีงบประมาณ 2554-2556)

2. การพิจารณาจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้ให้ความสำคัญจากการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์เพื่อให้มีแนวทางการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ในระยะ 10 ปี ส่วนการพิจารณาการดำเนินการตามภาระหน้าที่นั้น เนื่องจากระยะเวลาของแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา ได้กำหนดไว้ในปี 2562 ซึ่งเป็นกรอบระยะเวลาและเป็นการคาดคะเนทิศทางการทำงานในอนาคต อาจมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านนโยบาย สภาพปัญหาสภาพแวดล้อม ดังนั้นการกำหนดโครงการที่จะดำเนินงานในระยะปี 2559-2563 จึงต้องมีการประเมินผล และพิจารณาข้อมูลจากนโยบายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต สภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองในระดับโลกและระดับประเทศ รวมทั้งสภาพปัญหาต่าง ๆ ผลสำเร็จของการพัฒนาที่ผ่านมาและความต้องการของประชาชนเพื่อจะนำไปปฏิบัติในอนาคต

3. สรุปผลในการจัดทำเกี่ยวกับแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) การพัฒนาเมืองพัทยาให้ไปสู่เป้าประสงค์ให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เป็นเมืองที่มีคุณภาพและประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จะต้องมีการพัฒนาเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง ดังนั้น การจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การกำหนดวิสัยทัศน์สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2556 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ตามที่กำหนดในแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี คือเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและระดับโลกที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองอย่างโปร่งใส

ช่วงที่ 2 กำหนดวิสัยทัศน์เมืองพัทยาสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2557-2558 คือเมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวของทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้า การประชุม การกีฬา ทั้งทางบก ทางทะเลและชายหาด ระดับประเทศและระดับนานาชาติ มีระบบการวางผังเมืองและจัดแบ่งพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) มีโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและทันสมัย ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยและมีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีระบบการบริหารงานที่โปร่งใส

ช่วงที่ 3 การกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี การพัฒนาเมืองพัทยาจะบรรลุผลตามวิสัยทัศน์ได้นั้น ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านวิสัยทัศน์และการกำหนดยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนา 5 ปี เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์การพัฒนาเมืองพัทยา ในปีงบประมาณ พ.ศ.2563 ทั้งนี้สำหรับการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้กำหนดไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์ คือ เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (World Class) ที่น่าอยู่และยั่งยืน มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามและมีระเบียบ มีระบบสังคมที่ดี มีวินัย และมีวัฒนธรรมประเพณีที่งดงาม มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย มีความมั่นคงและเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางการประชุมและกิจกรรมระดับนานาชาติ (World Event) ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมีส่วนร่วมการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

เป้าประสงค์ เพื่อพัฒนาให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เสริมสร้างอาชีพและรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน นำไปสู่การเป็นเมืองที่มีคุณภาพ และคนมีคุณภาพ

การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเพื่อให้เมืองพัทยา เป็นเมืองที่มีคุณภาพและเป็นเมืองที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างคนให้มีคุณภาพ จะเกิดขึ้น ได้นั้น โดยมีการกำหนดกรอบความคิดในการกำหนดยุทธศาสตร์ 10 ปี (ระยะเวลา 5 ปี จากปี 2559-2563) ดังนี้

1. การกำหนดกลยุทธ์ที่เป็นหลักสำคัญ (Main Strategic Areas) ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
2. การกำหนดกลยุทธ์สนับสนุน (Strategic Supports) เป็นการให้ความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน
3. การกำหนดกลยุทธ์สนับสนุน เพื่อให้เกิดการพัฒนา (Enablers) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านการมีส่วนร่วม (การเมืองการบริหารการบริการ) การด้านบริหารจัดการ และด้านการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ของส่วนราชการเมืองพัทยา

เงื่อนไขสำคัญในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมาย 10 ปี ของเมืองพัทยานี้ มีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการดำเนินการ ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับการดำเนินการของการพัฒนาเมืองพัทยาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การดำเนินการแผนพัฒนา 3 ปี ไปจนถึงการดำเนินการตามยุทธศาสตร์และโครงการสำคัญ 5 ปี โดยยึดตามสาระสำคัญที่กำหนดไว้ในแผน
2. การกำหนดโครงการสำคัญ (Flagship) นั้น ให้พิจารณาถึงผลสำเร็จของโครงการตามยุทธศาสตร์ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และถูกต้องตามหลักการประเมินผล
3. หลักในการวิเคราะห์ต้นทุน (Cost) และความคุ้มค่า (Value for money) ของการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ถูกต้อง และครบถ้วน ตามหลักวิชาการ
4. หลักการศึกษาทบทวนยุทธศาสตร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมทั้งความต้องการของประชาชน
5. การจะทำให้การบริหารเมืองพัทยาบรรลุวิสัยทัศน์ได้นั้น นอกจากจะมีการกำหนดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาที่แตกต่างแล้ว สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการที่จะประสบความสำเร็จ (Key Success Factors) คือ การปรับปรุงกฎหมาย ปัจจุบันเมืองพัทยายู่ระหว่างการผลักดันกฎหมายตามกระบวนการและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

3.11 การเดินทางไปท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

พัทยายูห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 150 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่พัทยาได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

1. ทางรถไฟ ทางการรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟ ออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพที่หัวลำโพง ไปยังสถานีพัทยา และสถานีพัทยาได้ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่งถึง 4 ชั่วโมง สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 1690 หรือ www.railway.co.th

2. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ สามารถไปได้ 3 เส้นทาง คือเส้นทางที่หนึ่งใช้ทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ผ่านจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรี บางแสน อำเภอสัตหีบฯ จนถึงเมืองพัทยา สำหรับเส้นทางที่สอง ใช้ทางหลวงหมายเลข 34 (บางนา-บางปะกง) และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ผ่านจังหวัดชลบุรี บางแสน อำเภอสัตหีบฯ จนถึงเมืองพัทยา เส้นทางที่สาม ใช้ทางหลวงพิเศษหมายเลข 7 (กรุงเทพฯ-ชลบุรี หรือมอเตอร์เวย์) ไปจนถึงอำเภอบางละมุง แล้ววกเข้าทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ไปจนถึงเมืองพัทยา หรือจะออกจากถนนมอเตอร์เวย์ที่จังหวัดชลบุรี แล้วใช้ถนนสุขุมวิทต่อไปจนถึงเมืองพัทยา

3. ทางรถประจำทาง มีรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สายกรุงเทพฯ-พัทยา ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกหรือเอกมัย ถนนสุขุมวิท และสถานีขนส่งสายเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ หรือหมอชิต 2 ถนนกำแพงเพชร 2 ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้

เวลาในการเดินทางโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง สามารถสอบถามรายละเอียดการเดินทางได้ที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 1490 หรือ www.transport.co.th โดยในปัจจุบันบริษัท ขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการของตัวรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ www.thaiticketmajor.com นอกจากนี้ยังสามารถซื้อตั๋วออนไลน์ได้ที่ไทยรัฐ ดอทคอม (www.thairoute.com)

สำหรับการเดินทางภายในพัทยานั้น ในตัวเมืองพัทยามีรถชนิดต่าง ๆ ให้บริการนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสม รถสองแถวมีวิ่งบริการทั่วเมือง สามารถโบกเรียกได้ทุกแห่ง และมีจุดจอดสำคัญ เช่น สถานีขนส่ง หาดพัทยาใต้ หาดจอมเทียน และห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ นักท่องเที่ยวอาจเหมารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและนอกเมือง คิคราคาขึ้นอยู่กับระยะทาง ระยะเวลา และการต่อรถ รวมถึงรถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้างที่จอดอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในจังหวัด ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ระยะทางและแบบเหมาจ่าย

3.12 แผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา

เมืองพัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยในปัจจุบัน เมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 3 ของประเทศ คิดเป็นรายได้ปีละ 60,000 ล้านบาท

ผู้บริหารเมืองพัทยาได้ประกาศนโยบายเกี่ยวกับหลักการนำพาเมืองพัทยาสู่ความสมดุล (Balanced up) 5 หลัก 7 สร้าง 13 ยุทธศาสตร์ 14 นโยบายเร่งด่วน ซึ่งมุ่งถึงกลยุทธ์การพัฒนาเมืองแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่ “เอสทูอี” (City Modernization by “S” to “E” Concept) ภายใต้การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เป็นนโยบายการบริหารจัดการของนายกเมืองพัทยา และคณะผู้บริหารเมืองพัทยา โดยได้รับฉันทามติจากประชาชนในการเลือกตั้ง ซึ่งได้ประกาศสัญญาประชาคมในการกำหนดภารกิจนำพาเมืองพัทยามุ่งสู่ “เมืองท่องเที่ยวน่าอยู่” ร่วมคิด ร่วมทำ อย่างมีแบบแผนและยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารและการพัฒนาเมืองพัทยามีทิศทางการทำงานที่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวนโยบายของคณะผู้บริหารเมืองพัทยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เมืองพัทยาสามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน จึงมีนโยบายให้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองพัทยา 5 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2558) และจัดทำแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2556) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อให้การพัฒนาเมืองพัทยาเป็นไปอย่างมีทิศทาง มั่นคง และยั่งยืน โดยมีนโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่ชัดเจน สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล กระทรวง จังหวัด และนโยบายของเมือง ที่สอดคล้องและกลมกลืน และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพสูงสุด
2. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและเสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งในและนอกบ้าน ให้แก่ประชาชนในเมืองพัทยา ผู้มาประกอบธุรกิจนักท่องเที่ยว และประชาชน ผู้สัญจรภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัด
3. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเพิ่มศักยภาพของชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ฟื้นฟูการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพัฒนาตนเอง และลดปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ
4. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างให้ประชาชนเมืองพัทยาทุกคน ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม อารมณ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีทักษะในการประกอบอาชีพ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี
5. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์ และคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นฐานของการดำรงชีวิต และความมั่นคงของการพัฒนาประเทศ รวมทั้งสร้างกลไกในการรักษาผลประโยชน์ของชาติ และประชาชนในประเทศชาติ
6. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเมืองพัทยา โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เมืองพัทยามีส่วนร่วมในการคิด ดำเนินการและพัฒนาเมืองพัทยา สามารถตรวจสอบถ่วงดุลการบริหารจัดการเมืองพัทยาได้

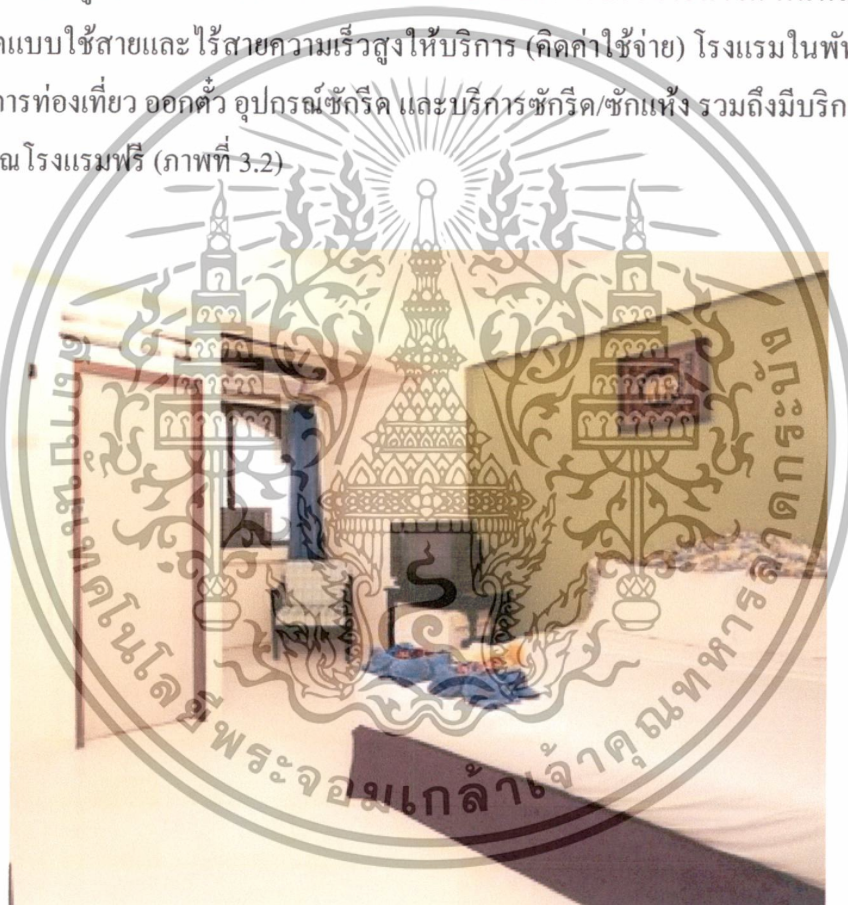
3.13 การแบ่งระดับของโรงแรมเมืองพัทยา

สมาคมยานยนต์ในประเทศไทยอังกฤษ (Automobile Association) และ ราชยานยนต์สโมสร หรือ (Royal Automobile Club) ได้จัดกลุ่มระดับของโรงแรม เพื่อเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของโรงแรมในแต่ละกลุ่ม โดยวิธีการจัดกลุ่มให้ความีดังนี้

กลุ่มดาวเดียว หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์ส่วนหนึ่ง มีห้องน้ำเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับแขกผู้เดินทางมาพักเท่านั้น มีบรรยากาศเป็นกันเอง

ตัวอย่างโรงแรมในกลุ่มดาวเดี่ยวของเมืองพัทยา คือ โรงแรมสวีستی ชั้นไชน่ ตั้งอยู่ที่ 502/1 ซอย 11 ถนนพัทยาสาย 2 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง พัทยา ชลบุรี 20150 โรงแรมมีทั้งหมด 6 ชั้น มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 93 ห้อง โรงแรมตั้งอยู่ใจกลางเมืองพัทยา และล้อมรอบด้วยแหล่งบันเทิงยามค่ำคึกคัก ร้านอาหาร และแหล่งช้อปปิ้งต่าง ๆ มากมาย ผู้เข้าพักสามารถเดินทางจากโรงแรมไปยังถนนเลียบหาดพัทยาและถนนคนเดินได้ภายในเวลาสั้น ๆ

โรงแรมแห่งนี้บริการที่พักในราคาไม่แพง เหมาะสำหรับนักเดินทางที่มีงบประมาณจำกัด และต้องการอยู่ใกล้กับกิจกรรมเพื่อความบันเทิงบนชายหาด ห้องพักรวมบริการทั้งแบบใช้เครื่องปรับอากาศและแบบพัดลม มีห้องอาหารและร้านกาแฟบริการ รวมถึงการบริการภายในร้านคาเฟ่ บาร์ เลาจน์ ผู้เข้าพักสามารถสั่งเครื่องดื่มขณะใช้บริการสระว่ายน้ำได้ พื้นที่ส่วนกลางมีอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายและไร้สายความเร็วสูงให้บริการ (คิดค่าใช้จ่าย) โรงแรมในพัทยาแห่งนี้มีบริการทางการท่องเที่ยว ออกตัว อุปกรณ์ซักรีด และบริการซักรีด/ซักแห้ง รวมถึงมีบริการที่จอดรถภายในบริเวณ โรงแรมฟรี (ภาพที่ 3.2)



ภาพที่ 3.2 ห้องพักโรงแรมสวีستی ชั้นไชน่

ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

กลุ่มสองดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งอย่างมีระดับสูงกว่าห้องพักระดับดาวเดียว ห้องพักรับมีความกว้างขวางมากขึ้น มีห้องน้ำในตัว ไม่นิยมบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก ตัวอย่างโรงแรมในกลุ่มระดับสองดาวของเมืองพัทยา คือ โรงแรม ควีน พัทยา ตั้งอยู่ที่ 356/4 พัทยาสาย 2 ตำบลหนองปรือ บางละมุง พัทยา จังหวัดชลบุรี 20150 โรงแรมแห่งนี้มีทั้งหมด 6 ชั้น มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 93 ห้อง มีห้องอาหารและร้านกาแฟ/คาเฟ่ มีเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายให้บริการโดยคิดค่าบริการใช้จ่าย นอกจากนี้โรงแรมในพัทยาแห่งนี้มีบริการสระว่ายน้ำกลางแจ้ง บริการทางการท่องเที่ยว/ออกตัว และหนังสือพิมพ์ในล๊อบบี้ มีบริการที่จอดรถภายในบริเวณโรงแรมฟรี (ภาพที่ 3.3 และภาพที่ 3.4)



ภาพที่ 3.3 ห้องพักรวมโรงแรมควีน พัทยา
ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

ภาพที่ 3.4 ห้องพักรวมโรงแรมควีน พัทยา
ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

กลุ่มสามดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้างมากขึ้น มีบริการทางสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ มากขึ้น อาจมีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ มีบริการอาหารต่าง ๆ และเครื่องค้ำสำหรับบุคคลภายนอก

ตัวอย่างสำหรับโรงแรมในกลุ่มระดับสามดาว คือ โรงแรมเดอะ มาร์คแลนด์ บูทีก ตั้งอยู่ที่ 436/541 ถนนนเลียบชายหาดพัทยาเหนือ ซอย 1 หนองปรือ บางละมุง จังหวัดชลบุรี โรงแรมแห่งนี้มีจำนวนห้องพักทั้งหมดรวม 50 ห้อง โดยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีบริการภายในแต่ละห้องพักของโรงแรม มีมินิบาร์ ตู้เย็น โทรทัศน์ (เคเบิล) ผักบัว อินเทอร์เน็ตไร้สาย พื้นที่ส่วนกลางมีอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงให้บริการฟรี โรงแรมเดอะ มาร์คแลนด์ บูทีก โฮเทล มีสระว่ายน้ำกลางแจ้ง และฟิตเนส นอกจากนี้ โรงแรมแห่งนี้มีบริการทางการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว/การออกตัว และ สวนหย่อม มีบริการที่จอดรถภายในบริเวณ โรงแรมฟรี (ภาพที่ 3.5)



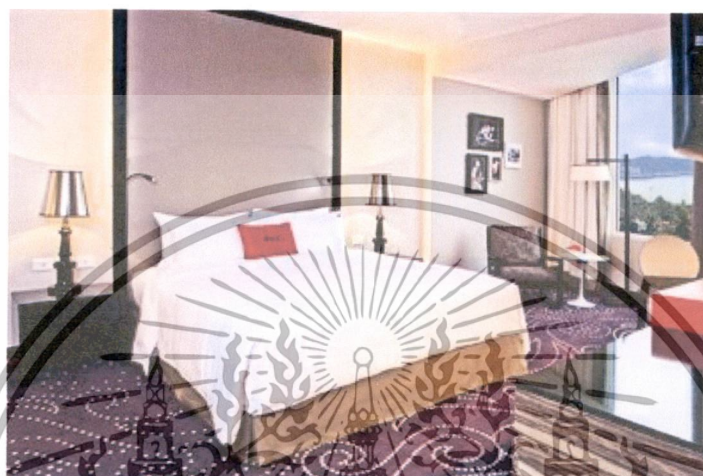
ภาพที่ 3.5 ห้องพักโรงแรมเดอะ มาร์คแลนด์ บูทีก

ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

กลุ่มสี่ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูงในด้านบริการ และความสะดวกสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง มีห้องสำหรับจัดการประชุม หรือกิจกรรมต่าง ๆ

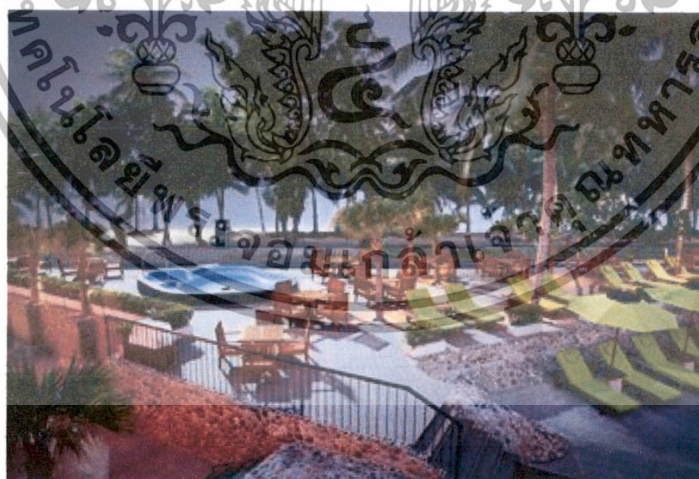
ตัวอย่างโรงแรมกลุ่มสี่ดาวในเมืองพัทยา คือ โรงแรมฮาร์ดร็อค พัทยา ที่อยู่ 429 หมู่ 9 พัทยาเหนือ ชลบุรี โรงแรมแห่งนี้มีทั้งหมด 10 ชั้น มีจำนวนห้องทั้งหมด 323 ห้อง มีบริการสปาครบวงจร นอกจากนี้ยังให้บริการสระว่ายน้ำกลางแจ้งและเฮลท์คลับ มีบริการห้องอาหารได้จาก 2 ห้องของโรงแรม และค้ำกาแฟได้ที่ร้านกาแฟ/คาเฟ่ และสามารถนั่งผ่อนคลายและสั่งเครื่องดื่มจากบาร์ของ โรงแรม ไม่ว่าจะเป็นบาร์ในสระว่ายน้ำ บาร์ริมสระว่ายน้ำ และบาร์/

เลานจ์ มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบมีสายและไร้สาย (คิดค่าบริการ) นอกจากนี้ โรงแรมระดับ 4 ดาวแห่งนี้มีการให้บริการด้านศูนย์ธุรกิจ มีการให้บริการรถลิμουซีน และอุปกรณ์ภาพและเสียง มีบริการสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมประกอบด้วยห้องประชุม/สัมมนา และห้องประชุมขนาดเล็ก โรงแรมชายหาดแห่งนี้มีสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก ในที่คลับ และ ซาวน่า มีบริการที่จอดรถภายในบริเวณโรงแรมฟรี (ภาพที่ 3.6 และภาพที่ 3.7)



ภาพที่ 3.6 ห้องพักโรงแรมฮาร์ตริค พัทยา

ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

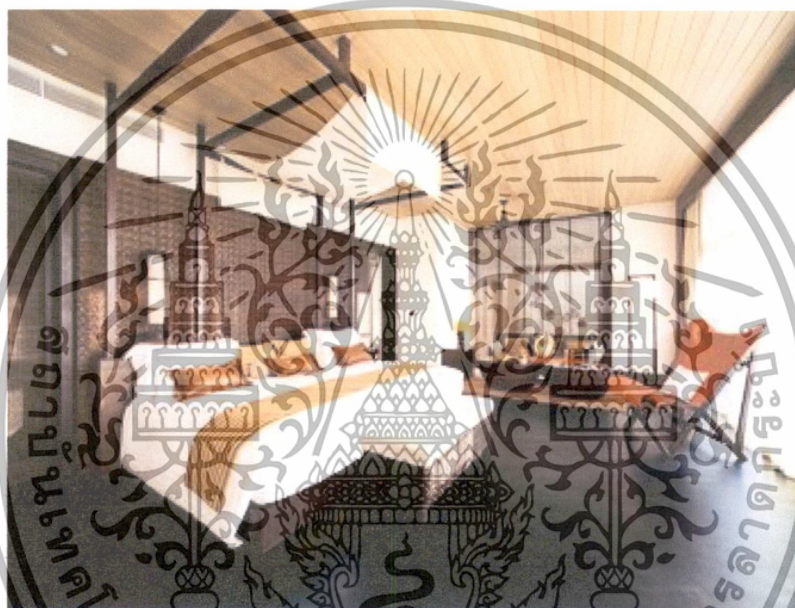


ภาพที่ 3.7 ห้องพักโรงแรมฮาร์ตริค พัทยา

ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

กลุ่มห้าดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ประเภทหรูหรามีมาตรฐานระดับสากลในระดับสูงทุก ๆ ด้านคือ ทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ตัวอย่างโรงแรมในกลุ่มระดับห้าดาวคือเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท พัทยา ตั้งอยู่ที่ 277 หมู่ 5 นาเกลือ บางละมุง พัทยา จังหวัดชลบุรี โรงแรมแห่งนี้มีทั้งหมด 18 ชั้น มีจำนวนห้องทั้งหมด 555 ห้อง มีบริการนวดสปาแบบครบวงจร รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สวนน้ำและสระว่ายน้ำนร้อน โรงแรมมีห้องอาหารบริการทั้งหมด 6 ห้อง และผู้เข้าพักสามารถดื่มกาแฟได้ที่ร้านกาแฟและคาเฟ่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถนั่งผ่อนคลายและสังสรรค์จิมจากบาร์ของรีสอร์ทที่ทั้ง 2 บาร์/ลานซ์ และบาร์ริมสระว่ายน้ำ พื้นที่ส่วนกลางมีอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายและไร้สายความเร็วสูงให้บริการ (คิดค่าใช้จ่าย) โรงแรมแห่งนี้มีสโมสรสำหรับเด็ก รวมถึงสระว่ายน้ำกลางแจ้ง และสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก มีบริการที่จอดรถภายในบริเวณโรงแรมฟรี (ภาพที่ 3.8)



ภาพที่ 3.8 ห้องพัก โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท

ที่มา : เอ็กซ์พีเดีย. 2557

3.13 แหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเมืองพัทยา ประกอบด้วย

1. มิโมซ่า (Mimosa) สถานที่ท่องเที่ยวของเมืองพัทยาแห่งใหม่สไตล์เมืองนอก จำลองมาจาก COLMAR หมู่บ้านในเมือง Alsace ของฝรั่งเศส เป็นเมืองเก่าเล็ก ๆ สีต้นสวยงาม ภายใต้แนวคิด The City of Love หรือเมืองแห่งความรัก ที่มีกลิ่นอายของสถาปัตยกรรมเมืองโบราณของฝรั่งเศส โดดเด่นด้วยสีสันสดใส คือการให้นักท่องเที่ยวได้เห็นมุมมองต่าง ๆ ของความรักผ่านทางศิลปะการตกแต่งภายในที่แห่งนี้ นอกจากนี้ มิโมซ่า พัทยา ยังเป็นศูนย์รวมสินค้าที่มีเอกลักษณ์

โดดเด่นทั้งร้านอาหารไทย อาหารนานาชาติหลากหลายชนิดอีกด้วย มิโมซ่า พัทยา ตั้งอยู่ตรงข้าม
โรงแรมแอมบาสเดอร์ จอมเทียน จังหวัดชลบุรี (ภาพที่ 3.9)



ภาพที่ 3.9 มิโมซ่า

ที่มา : ไปด้วยกันคอทคอม. 2556

2. พิพิธภัณฑ์ภาพจิตรกรรม 3 มิติ (Art in Paradise) จุดหลักสำคัญและจุดขายของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ คือการที่ผู้ชมสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของภาพวาดนั้น ซึ่งฝีมือแต่ละภาพที่จัดแสดงมีความเสมือนจริงมาก ๆ ด้วยเทคนิคการเขียนภาพแบบ 3 มิติ (3D) ซึ่งเมื่อเข้าไปโพสต์ท่าถ่ายรูปกับภาพวาดนั้น ๆ จะดูสมจริงมาก ๆ แล้วแต่การสร้างสรรค์ไอเดียในการถ่ายภาพของแต่ละบุคคล พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่สร้างชื่อให้กับเมืองพัทยาเป็นอย่างมาก โดยพิพิธภัณฑ์ถูกแบ่งเป็นโซนต่าง ๆ แล้วแต่เนื้อหาของภาพที่จัดแสดง เช่น โซนใต้สมุทรและสัตว์ป่า โซนภาพวาดศิลปินระดับโลก โซนอยุธยาและอียิปต์ โซนภาพวาดแนวเหนือจริง โซนไดโนเสาร์ และ โซนทิวทัศน์ต่างประเทศ ในพื้นที่จัดแสดงกว่า 6,000 ตารางเมตร กับผลงานภาพ 3 มิติกว่า 100 ภาพ (ภาพที่ 3.10)



ภาพที่ 3.10 พิพิธภัณฑภาพจิตรกรรม 3 มิติ

ที่มา : ชิลไปไหนคอทคอม, 2556

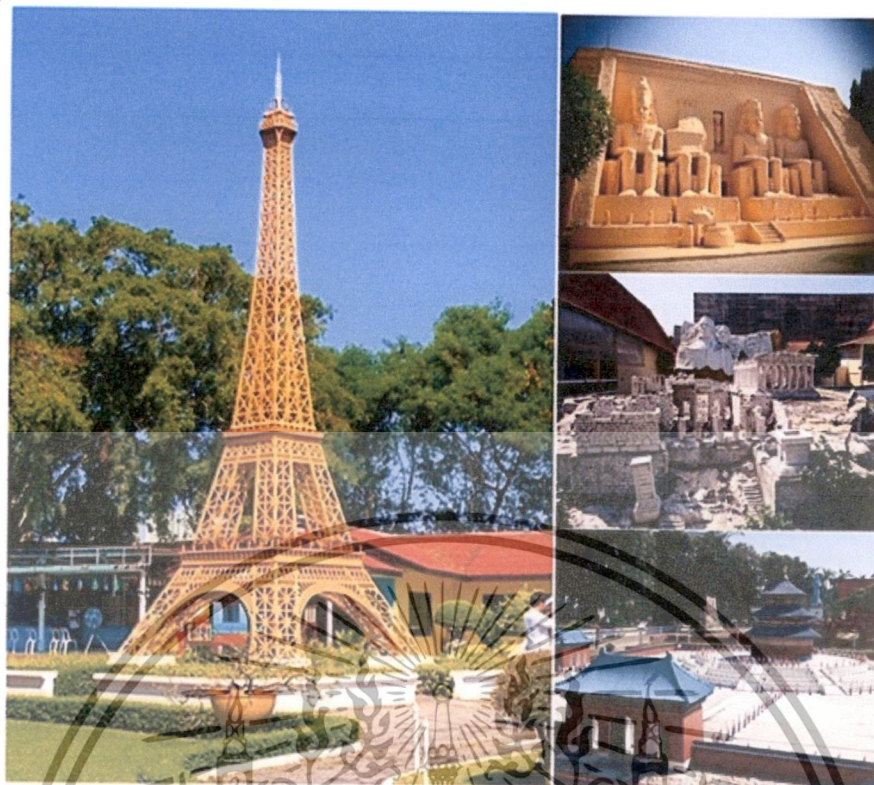
3. ตลาดน้ำ 4 ภาค (Pattaya Floating Market) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ชวนชื่นงอนุรักษ์ วัฒนธรรม และเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมความหลากหลายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ตลาดน้ำ 4 ภาค รวบรวมของดี 4 ภาคมาไว้ที่นี่ผสมผสานกันอย่างลงตัว เป็นแหล่งรวมสินค้า หัตถกรรมพื้นบ้าน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมารวมไว้จุดเดียวกัน ถือเป็นแหล่งช้อปปิ้ง ใหม่ที่มีจุดขายในตัวเองและไม่เหมือนใคร ภายในบริเวณตลาดน้ำ 4 ภาคพัทยาแบ่งเป็น ส่วนจุดเข้า ชมย่อย เช่น ทูงทานตะวัน พิพิธภัณฑไม้แกะสลัก รวมถึงเป็นแหล่งช้อปปิ้ง สินค้าหัตถกรรม พื้นบ้านไทย รวมทั้งหมด 114 ร้านค้า รวมถึงการแสดงกิจกรรมวิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรมไทย หรือการล่องเรือพายชมทัศนียภาพตลาดน้ำ ย้อนรำลึกประวัติศาสตร์การกสิกรรมไทย ที่แปลง เกษตร สาธิต และสมุนไพรไทย เป็นการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติให้ได้รู้จักความเป็นมาในอดีตของการค้าขายทางสายน้ำ รวมไปถึงการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ของทั้ง 4 ภาค (live & learn) ไม่ว่าจะเป็นการทำนาปลูกข้าว การทอผ้าไหม การทำขนมไทยโบราณ หรือการศึกษาถึงภูมิทัศน์ของผู้ที่อยู่อาศัย และทำการค้าขายบน สายน้ำ (ภาพที่ 3.11)



ภาพที่ 3.11 ตลาดน้ำ 4 ภาค

ที่มา : ไปด้วยกันดอทคอม. 2556

4. เมืองจำลอง พัทยา (Mini Siam) ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท หลักกิโลเมตรที่ 143 เลขสี่แยกตลาดนาเกลือ ประมาณ 500 เมตร เป็นสถานที่ที่รวบรวมของโบราณสถาน และสถานที่สำคัญ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ออนุสาวรีย์ประชาธิปไตย สะพานข้ามแม่น้ำแคว สะพานพระราม 9 ปราสาทหินพิมาย ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีมินิยุโรป ซึ่งจำลองสถาปัตยกรรม ที่มีชื่อเสียงของประเทศต่าง ๆ ทั่วภาคพื้นทวีปยุโรป และอเมริกา เช่น หอไอเฟล เทพี สันติภาพ แกรนแคนยอน ฯลฯ เมืองจำลองเกิดขึ้นภายใต้แนวความคิดโดยคุณเกษม เกษมเกียรติสกุล ซึ่งมีความสนใจงานศิลปกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว รวมถึงได้มีโอกาสเดินทาง ไปทำธุรกิจ และท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ในหลายประเทศ ทำให้เกิดความประทับใจ จนกระทั่งได้มีโอกาส ไปเที่ยวชมที่ Madurodum ประเทศเนเธอร์แลนด์ และ Window on China ประเทศไต้หวัน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้จำลองสถานที่ และสถาปัตยกรรมที่สำคัญของโลกมารวบรวมไว้ในอัตราส่วน 1:25 เพื่อแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวได้ชม จึงได้เกิดความคิดว่า ในเมืองไทยก็มีศิลปะที่มีความสวยงามไม่แพ้กันรวมทั้ง สถาปัตยกรรม และโบราณสถานทางประวัติศาสตร์อยู่หลายแห่ง (ภาพที่ 3.12)



ภาพที่ 3.12 เมืองจำดอง

ที่มา : ไปด้วยกันคอทคอม. 2556

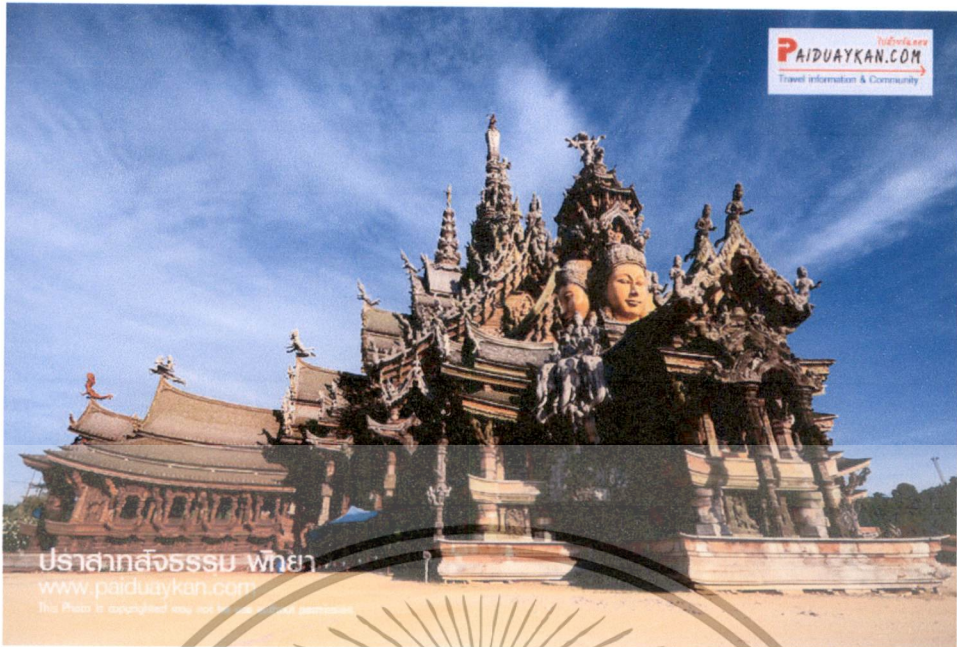
5. โรงร่อนซิลเวอร์เลค (Silverlake) เป็นสถานที่ที่ทั้งผลิตและจำหน่ายร่อนสด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากร่อน รวมถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวประจำเมืองพัทลุง ซึ่งเจ้าของโรงร่อนแห่งนี้เป็นของอดีตนางเอกชื่อดัง คุณสุพรรณษาเนืองภิรมย์ คุณสุพรรณษาได้เล่าแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นเมื่อประมาณ 5-6 ปีที่แล้วว่ามีโอกาสเข้าชมโรงร่อนต่างๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าหลายแห่งมีสภาพแวดล้อมค่อนข้างแห้งแล้ง เป็นป่าเขาโล้น แต่สามารถทำโรงร่อนได้ จึงเกิดความสนใจอยากที่จะนำที่ดินภายใน ต.นาจอมเทียน อ.สตึกบึง จ.ชลบุรี ซึ่งเธอและสามีซื้อเก็บไว้มาพัฒนาเป็นโรงร่อน จากนั้นได้เชิญเจ้าของโรงร่อนชาวอเมริกัน ท่านหนึ่งมาช่วยพิจารณาคุณภาพแวดล้อมที่ดินดังกล่าวว่าสามารถพัฒนาเป็นโรงร่อนได้หรือไม่ ซึ่งได้รับการยืนยันว่าเหมาะสมจะทำโรงร่อนอย่างยิ่ง จากข้อได้เปรียบในการที่พื้นที่ไร้ติดกับพระพุทธแกะสลักและเขาชีจรรย์ ซึ่งอยู่ใกล้ตัวเมืองพัทลุงแค่ 20 กิโลเมตร คุณสุพรรณษาจึงปรับปรุงภูมิทัศน์โรงร่อนซิลเวอร์เลคให้สวยงาม รองรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของเมืองพัทลุง โดยไม่คิดค่าเข้าชม (ภาพที่ 3.13)



ภาพที่ 3.13 ไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค

ที่มา : ไปด้วยกันคอกทคอม. 2556

6. ปราสาทสังขรธรรม เป็นสถาปัตยกรรมไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่ ณ บริเวณแหลมราชเวช ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในเนื้อที่ประมาณ 80 ไร่ ชาวบ้านเรียกชื่อปราสาทแห่งนี้โดยทั่วไปว่า ช้างโบราณหรือปราสาทไม้ ทุก ๆ ชิ้นส่วนที่ถูกนำมาก่อสร้างปราสาทสังขรธรรมแห่งนี้จะเป็นไม้ทั้งหมด แม้แต่ตัวล็อกที่เอาไว้เชื่อมไม้เกาะสลักแต่ละชิ้น ไม่ได้ใช้ตะปู แต่ใช้ระบบเข้าเคียวไม้แบบไทย หรือ ไล่สลักไม้ ปราสาทสังขรธรรมเป็นการบอกเล่าเรื่องราวของศาสนา ปรัชญา จริยธรรม อารยธรรม วัฒนธรรมคิงามของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งสะท้อนถึง จริยธรรม วัฒนธรรมหน้าที่ศีลธรรมในอดีต สู่รูปองค์เทพต่าง ๆ เจ้าของความคิดและผู้ดำเนินการก่อสร้างคือ คุณเล็ก วิริยะพันธุ์ เรียกอาคารแห่งนี้ว่าปราสาทสังขรธรรม ภายในปราสาทได้แฝงเนื้อหาทางปรัชญา และศิลปวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของมนุษยชาติ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของศาสนาในฐานะเป็น เครื่องค้ำจุนโลก โดยเน้นหลักสำคัญคือ ก่อกำเนิดทั้ง 7 และคุณธรรมข้อประพฤติปฏิบัติ ทั้ง 4 ปราสาทสังขรธรรมได้รับรางวัลประเภทรายการแหล่งท่องเที่ยวดีเด่น จากรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประจำปี พ.ศ. 2551 (ภาพที่ 3.14)



ภาพที่ 3.14 ปราสาทสังฆกรรม
ที่มา : ไปด้วยกันดอทคอม. 2556



บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ จำนวน 385 คน โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม ความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก ความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 สัญชาติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสัญชาติไทย มีจำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 84.9 และเป็นต่างชาติจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	327	84.9
ต่างชาติ	58	15.1
รวม	385	100.0

4.1.2 เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเป็นเพศชายจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	209	54.3
ชาย	176	45.7
รวม	385	100.0

4.1.3 อายุ

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด คือ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 เนื่องจากเป็นวัยที่เพิ่งเริ่มทำงานและเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตอิสระ ชอบการท่องเที่ยว รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เริ่มต้นมีครอบครัว และอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	5	1.3
21-30 ปี	166	43.1
31-40 ปี	136	35.3
41-50 ปี	47	12.2
อายุ 50 ปีขึ้นไป	31	8.1
รวม	385	100.0

4.1.4 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เน้นมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวนทั้งหมด 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ซึ่งมีความสอดคล้องกับอายุ และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ลำดับรองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวนทั้งหมด 61 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.8 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาโท มีจำนวนทั้งหมด 55 คน คำนวณคิดเป็นร้อยละ 14.3 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	35	9.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	61	15.8
ปวส./อนุปริญญา	39	10.1
ปริญญาตรี	195	50.6
ปริญญาโท	55	14.3
รวม	385	100.0

4.1.5 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 เป็นกลุ่มที่มีรายได้ประจำ มีงานมั่นคง รวมถึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี ส่งผลให้เป็นกลุ่มที่นิยมการเดินทางท่องเที่ยว รองลงมาเป็นนักเรียนและนักศึกษา และเจ้าของกิจการ คือ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	292	75.8
นักเรียน/นักศึกษา	46	11.9
เจ้าของกิจการ	34	8.8
ข้าราชการ	9	2.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.0
รวม	385	100.0

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวที่พัทยา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่ม

ตัวอย่างมีรายได้ไม่สูงมากเนื่องจากส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน และเนื่องจากการมาท่องเที่ยวพัทยามีหลายโรงแรมให้เลือกหลากหลายราคา (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	72	18.7
10,001-20,000 บาท	164	42.6
20,001-30,000 บาท	64	16.6
30,001- 40,000 บาท	45	11.7
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	40	10.4
รวม	385	100.0

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

4.2.1 เหตุผลในการเดินทางมาพัทยา

จากการศึกษาถึงเหตุผลในการเดินทางมาพัทยากลุ่มตัวอย่าง พบว่าเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน มีจำนวนมากที่สุด คือ 366 คน คิดเป็นร้อยละ 95.1 เนื่องจากด้วยลักษณะภูมิศาสตร์ของเมืองพัทยา มีความเหมาะสมแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน รองลงมา คือ เดินทางมาเพื่อประชุมสัมมนาหรือปฏิบัติงานราชการ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และมาเพื่อเยี่ยมญาติ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเดินทางมาพัทยา

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน	366	95.1
เพื่อประชุมสัมมนา/งานราชการ	12	3.1
เพื่อเยี่ยมญาติ	4	1.0
เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า	3	0.8
รวม	385	100.0

4.2.2 บุคคลผู้ร่วมพักโรงแรมพักยากับกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวพักยากับครอบครัวหรือญาติ จำนวนมากที่สุด คือ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ มาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวนทั้งหมด 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 และมาท่องเที่ยวกับแฟน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของบุคคลผู้ร่วมพักโรงแรมพักยากับกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ร่วมพักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	184	47.8
เพื่อน	137	35.6
แฟน	59	15.3
ที่ทำงาน	5	1.3
รวม	385	100.0

4.2.3 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในพัทยา

การศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างทราบข่าวเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในพัทยาโดยทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่ค้นหาข้อมูลได้ง่ายและสะดวก ลำดับถัดมาคือ จากเพื่อน/คนรู้จัก มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 โดยเพื่อน/คนรู้จัก ได้เคยมาพักที่โรงแรมแล้วเกิดความประทับใจ จึงมีการแนะนำหรือบอกต่อ ลำดับต่อมา คือ จากบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในพัทยา

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	245	63.6
เพื่อน	124	32.2
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทน	13	3.4
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ	3	0.8
รวม	385	100.0

4.2.4 สาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกโรงแรม เนื่องจากมีคนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพราะเกิดจากประสบการณ์จริงของผู้แนะนำ รองลงมา คือ โรงแรมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ลำดับต่อมา คือ ราคาถูก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรม

สาเหตุในการเลือกพักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีคนรู้จักแนะนำ	151	39.2
โรงแรมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก	106	27.5
ราคาถูก	77	20.0
เคยมาพักโรงแรมแห่งนี้แล้ว	51	13.2
รวม	385	100.0

4.2.5 ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาพัทยา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยาในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 เนื่องจากอยู่ในช่วงฤดูร้อน เหมาะแก่การเดินทางมาท่องเที่ยวทะเล รองลงมา คือ เดือนมกราคม-มีนาคม และเดือนตุลาคม-ธันวาคม ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 87 คน และ 73 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 22.6 และ ร้อยละ 19.0 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นวันหยุดยาวในช่วงเทศกาลใกล้สิ้นปีและเข้าสู่เทศกาลปีใหม่ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาพัทยา

เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม-มีนาคม	87	22.6
เมษายน-มิถุนายน	176	45.7
กรกฎาคม-กันยายน	49	12.7
ตุลาคม-ธันวาคม	73	19.0
รวม	385	100.0

4.2.6 ช่องทางในการจองห้องพัก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการจองห้องพักทางโทรศัพท์ มีจำนวนทั้งหมด 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 เนื่องจากการจองผ่านโทรศัพท์ มีความสะดวก รวดเร็ว เกิดความผิดพลาดในการจองห้องพักน้อย เพราะสามารถพูดคุยสอบถามกับพนักงานโรงแรมได้โดยตรง รองลงมา คือ จองผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และจองผ่านทางบริษัทนำเที่ยว/ตัวแทน มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของช่องทางในการจองห้องพัก

ช่องทางในการจองห้องพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรศัพท์	207	53.8
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	159	41.3
บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทน	19	4.9
รวม	385	100.0

4.2.7 ลำดับราคาห้องพักของโรงแรม (ต่อคืน)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจพักโรงแรมที่ระดับราคา 1,001-1,500 บาทต่อคืน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 เนื่องจากเป็นระดับราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับลักษณะห้องพักและบริการ รองลงมา คือ 1,501-3,000 บาท มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และระดับราคาที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของลำดับราคาห้องพักของ โรงแรม (ต่อคืน)

ราคาห้องพักของ โรงแรม (ต่อคืน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท	68	17.7
1,001-1,500 บาท	164	42.6
1,501-3,000 บาท	131	34.0
มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	22	5.7
รวม	385	100.0

4.2.8 ระยะเวลาในการเข้าพักในโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักในโรงแรมเป็นระยะเวลา 2-3 วัน มีจำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 92.7 เนื่องจากเป็นเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักที่พัทยาในช่วงวันหยุด รองลงมา คือ ระยะเวลา 4-5 วัน มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ ระยะเวลา มากกว่า 7 วัน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเข้าพักในโรงแรม

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2-3 วัน	357	92.7
4-5 วัน	25	6.5
มากกว่า 7 วัน	3	0.8
รวม	385	100.0

4.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

จากการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านคุณภาพของห้องพัก ด้านราคาของห้องพัก ด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่าทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ บรรยากาศของ โรงแรม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอด (ตารางที่ 4.15)

4.3.2 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก

จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) เมื่อทำการพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รายการที่มีความพึงพอใจระดับมาก

ได้แก่ ความสะอาด การตกแต่งภายในของห้องพัก และขนาดของห้องพัก ส่วนรายการที่มีระดับของความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม

ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
บรรยากาศของโรงแรม	4.16	มาก
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	4.12	มาก
ความสะดวกในการเดินทาง	4.09	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม	3.99	มาก
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	3.94	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอด	3.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	มาก

ตารางที่ 4.16 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก

ความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความสะอาด	4.12	มาก
การตกแต่งภายในของห้องพัก	3.95	มาก
ขนาดของห้องพัก	3.77	มาก
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	3.06	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก

4.3.3 ความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านราคาห้องพักของโรงแรมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ มีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ และราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก

ความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ	3.90	มาก
ราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก	3.85	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88	มาก

4.3.4 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ กริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงาน และพนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
กริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงาน	4.05	มาก
พนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์	3.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	มาก

4.3.5 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง และมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	3.90	มาก
มีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง	3.88	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	มาก

4.3.6 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คคิน และความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ	3.93	มาก
ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คคิน	3.34	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก	3.34	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	มาก

4.3.7 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ได้แก่ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการให้ส่วนลด (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	3.77	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.73	มาก
การให้ส่วนลด	3.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	มาก

4.3.8 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการ พบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ บริการทางอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย ความสะดวกสบายน้ำ

และอ่างน้ำวน ลีอบบี้ เล้านจ์ แพ้กเกททองเที่ยวสถานที่น่าสนใจในชลบุรี และห้องสำหรับใช้ในการออกกำลังกาย (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.97	มาก
สระว่ายน้ำและอ่างน้ำวน	3.92	มาก
ลีอบบี้ เล้านจ์	3.79	มาก
แพ้กเกททองเที่ยวสถานที่น่าสนใจในชลบุรี	3.79	มาก
ห้องออกกำลังกาย	3.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	มาก

4.3.9 สรุปความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

สรุปความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคาห้องพัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านขั้นตอนการให้บริการ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

ความพึงพอใจการให้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม	4.03	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม	3.97	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	มาก
ด้านราคาของห้องพัก	3.88	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.81	มาก
ด้านคุณภาพของห้องพัก	3.73	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	มาก
ด้านขั้นตอนการให้บริการ	3.54	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	มาก

4.4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านคุณภาพห้องพัก ด้านราคาห้องพัก ด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

H_0 = ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

H_1 = ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา

โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปออกมาได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม พบว่าสัญชาติมีความสัมพันธ์กับใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง บรรยากาศของโรงแรม ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ เพศมีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการเดินทาง อายุมีความสัมพันธ์กับใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง และระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ (ตารางที่ 4.24)

4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและ

พักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับการตกแต่งภายในของห้องพัก ขนาดของห้องพัก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับขนาดของห้องพัก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก อาชีพมีความสัมพันธ์กับการตกแต่งภายในของห้องพัก และขนาดของห้องพัก รายได้มีความสัมพันธ์กับขนาดของห้องพัก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (ตารางที่ 4.25)

4.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก พบว่า ทั้งสัญชาติ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก และมีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ (ตารางที่ 4.26)

4.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับพนักงาน ให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ และทั้งระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับกริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงานและพนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ (ตารางที่ 4.27)

4.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์ทั้งสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง และมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง เพศและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง (ตารางที่ 4.28)

4.4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับ

ความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก และความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ และทั้งอายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับทั้งความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอิน และความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ(ตารางที่ 4.29)

4.4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ทั้งสัญชาติและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การมีโปรโมชันที่น่าสนใจ และการให้ส่วนลด ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับการให้ส่วนลด ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการมีโปรโมชันที่น่าสนใจ และการให้ส่วนลด ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับการมีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และการมีโปรโมชันที่น่าสนใจ (ตารางที่ 4.30)

4.4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวและพักโรงแรมในพัทยากับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าทั้งสัญชาติ และอายุมีความสัมพันธ์กับสระว่ายน้ำและอ่างน้ำวน ห้องออกกำลังกาย บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย และแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี เพศมีความสัมพันธ์กับแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับล็อบบี้ เสาันจ์ ห้องออกกำลังกาย บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย และแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี อาชีพมีความสัมพันธ์กับบริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย และแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับห้องออกกำลังกาย (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม

ด้านสถานที่ตั้งของ โรงแรม	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	23.818	.000*	4.039	.414	31.984	.045*	12.553	.684	22.988	.143	10.549	.848
ความสะดวกในการเดินทาง	21.296	.000*	12.211	.006*	47.704	.028*	22.174	.148	15.782	.320	24.962	.062
บรรยากาศของ โรงแรม	16.289	.001*	4.259	.200	14.289	.241	14.315	.312	39.879	.033*	18.053	.102
ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม	32.063	.000*	2.052	.641	26.164	.039*	24.263	.023*	19.654	.108	13.779	.297
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	53.374	.000*	4.262	.387	28.933	.051	34.460	.008*	17.170	.305	54.709	.000*
ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ	27.422	.000*	4.811	.303	24.326	.090	32.994	.011*	12.423	.573	47.082	.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก

ด้านคุณภาพของห้องพัก	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
ความสะอาด	7.137	.094	2.799	.399	13.660	.271	11.523	.502	15.173	.201	11.482	.508
การตกแต่งภายในของห้องพัก	12.552	.007*	3.668	.259	11.009	.439	16.964	.166	27.729	.039*	10.956	.549
ขนาดของห้องพัก	28.445	.000*	4.895	.295	21.274	.172	30.299	.023*	105.353	.000*	47.049	.000*
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	10.844	.014*	2.308	.513	8.065	.750	29.193	.005*	18.754	.114	29.987	.004*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก

ด้านราคาของห้องพัก	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
ราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก	8.319	.043*	7.193	.065	17.797	.132	30.315	.003*	51.095	.002*	44.192	.000*
มีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ	30.592	.000*	7.772	.052	9.322	.657	33.233	.002*	45.774	.003*	35.732	.001*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม

ด้านการให้บริการ ของพนักงาน โรงแรม	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
กริยา มารยาท และความเอาใจใส่ ของพนักงาน	5.099	.140	2.124	.622	12.618	.330	40.196	.000*	34.924	.027*	38.036	.000*
พนักงานให้ข้อมูลการเข้าพัก ครบถ้วนสมบูรณ์	8.153	.044*	.135	.989	6.218	.884	28.093	.009*	47.383	.002*	34.157	.001*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง	32.906	.000*	13.131	.003*	17.363	.141	21.886	.040*	18.786	.108	15.361	.220
มีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวกหลายช่องทาง	42.754	.000*	3.859	.451	42.945	.027*	19.075	.250	43.427	.026*	14.850	.527

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอิน	2.106	.585	5.076	.171	22.127	.045*	19.308	.082	77.580	.000*	29.836	.004*
ความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก	10.270	.006*	1.220	.676	8.794	.292	4.858	.719	3.753	.620	7.921	.467
ความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ	23.022	.000*	3.044	.412	32.012	.032*	21.269	.060	28.522	.048*	27.688	.007*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	32.074	.000*	4.802	.317	14.972	.456	25.364	.070	113.641	.000*	32.735	.009*
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	9.489	.027*	5.028	.178	16.787	.158	28.692	.004*	28.048	.013*	52.630	.000*
การให้ส่วนลด	31.264	.000*	2.801	.625	29.976	.031*	35.600	.003*	29.214	.055	40.542	.001*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม	ปัจจัยส่วนบุคคล											
	สัญชาติ		เพศ		อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig	Chi-Square	Sig
ถือบัตรผ่าน	4.718	.294	4.956	.303	21.603	.164	40.734	.001*	17.362	.306	20.553	.192
สระว่ายน้ำและอ่างน้ำวน	16.866	.003*	6.535	.154	46.989	.020*	23.895	.096	32.792	.052	13.547	.639
ห้องออกกำลังกาย	14.167	.009*	3.402	.508	36.926	.008*	29.470	.024*	16.744	.377	27.494	.036*
บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย	35.531	.000*	3.086	.560	34.003	.024*	34.656	.006*	93.310	.001*	19.962	.216
แฟ้มเอกสารที่วางบนโต๊ะที่นั่ง น่าสนใจในชลบุรี	30.893	.000*	10.047	.036*	29.889	.038*	32.818	.009*	57.111	.001*	25.873	.055

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในพัทยา จำนวน 385 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการท่องเที่ยวและใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยากับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโรงแรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ โดยสาเหตุในการเลือกตัดสินใจพักโรงแรมมาจากคนรู้จักแนะนำ และกลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยาในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน โดยทำการจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ ในระดับราคาห้องพัก 1,001-1,500 บาทต่อคืน โดยใช้เวลาในการเข้าพัก 2-3 วัน

ผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรมในระดับมาก ในเรื่องของบรรยากาศของโรงแรม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ สำหรับความพึงพอใจในด้านคุณภาพของห้องพัก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความสะอาด การตกแต่งภายในของห้องพัก และขนาดของห้องพักในระดับมาก มีเพียงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพักเท่านั้น อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก อยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ มีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ และราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ ในเรื่องของกริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงาน และพนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลอยู่ในระดับมากทุกรายการเช่นเดียวกัน ได้แก่ สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง และมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวกหลายช่องทาง ส่วนความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและ

การบริการอยู่ในระดับมากเพียงรายการเดียว ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอินและความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพักรู้อยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของมิโปรโมชันที่น่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และการให้ส่วนลด ล้วนอยู่ในระดับมากทุกรายการ สำหรับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกรายการ ได้แก่ บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย ความสะดวกสบายและอ่างน้ำวน ล็อบบี้ เลานจ์ แพ็กเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี และห้องออกกำลังกาย สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ถือเป็นการบริการส่วนเพิ่มของทางโรงแรม ที่บริการให้แก่ผู้เข้าพักในโรงแรม ดังนั้น หากมีการเพิ่มการบริการในด้านเหล่านี้ อาจทำให้ได้รับความพึงพอใจมากขึ้น และอาจสร้างเป็นจุดแข็งขั้นของทางโรงแรมได้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับทุกรายการ ได้แก่ ที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง บรรยากาศของโรงแรม ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ อายุมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง และระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม สถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ และระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านคุณภาพของห้องพัก พบว่าสัญชาติมีความสัมพันธ์กับการตกแต่งภายในของห้องพัก ขนาดของห้องพัก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านราคาของห้องพัก พบว่าสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์ทั้งราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก และมีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ ส่วนเพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์กับรายการใด ๆ ของด้านราคาของห้องพัก

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน โรงแรม พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับพนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ แต่เพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์กับรายการใด ๆ ของด้านการให้บริการของพนักงานโรงแรม ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์ทั้งกริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงาน และพนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์ทั้งสามารรถติดต่อได้หลายช่องทาง และมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง ส่วนเพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับสามารรถติดต่อได้

หลายช่องทาง อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับมีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง แต่รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการใด ๆ ของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านขั้นตอนการให้บริการ พบว่า สัญชาติมีความสัมพันธ์กับความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก และความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ แต่เพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับรายการใด ๆ ของด้านขั้นตอนการให้บริการ ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอิน และความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า สัญชาติและรายได้มีความสัมพันธ์กับทุกรายการ ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และการให้ส่วนลด แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์กับรายการใด ๆ ของด้านการส่งเสริมการตลาด อายุมีความสัมพันธ์กับการให้ส่วนลด ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และการให้ส่วนลด ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สัญชาติและอายุมีความสัมพันธ์กับสระว่ายน้ำและอ่างน้ำวน ห้องออกกำลังกาย บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย และแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลิฟต์ เสาันจ์ ห้องออกกำลังกาย บริการอินเทอร์เน็ต/อินเทอร์เน็ตไร้สาย และแพ็คเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี

5.2 ข้อเสนอแนะตามการวิจัย

จากการศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน และพฤติกรรมในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา ซึ่งผลในการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจ สำหรับผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจโรงแรม และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารกิจการโรงแรม ในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการยกระดับการให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน ดังนั้น ข้อเสนอแนะที่สรุปได้ มีดังนี้

1. จากผลการศึกษาทางด้านพฤติกรรม พบว่า โดยส่วนมาก กลุ่มตัวอย่างจะมีการเลือกโรงแรมที่พักจากคำแนะนำหรือบอกต่อจากคนรู้จัก ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร โรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาพัก ควรมีการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจเหนือความคาดหมายของนักท่องเที่ยว หรือมีบริการที่สามารถสร้างความแตกต่างระหว่างโรงแรมอื่น เพื่อจะได้มีการแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อน หรือคนรู้จัก

กลับมาใช้บริการโรงแรมอีกครั้ง และเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการตลาดให้กับทางโรงแรมอีกด้วย

2. จากการศึกษาทางด้านความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพหุวิทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือได้ว่าเป็น โอกาสที่ดีของกิจการโรงแรม ผู้ประกอบการและผู้บริหารควรรักษามาตรฐานการบริการให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดีต่อไป รวมถึงการค้นคว้า และวางแผนกลยุทธ์การบริการเพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่เหนือความคาดหมาย จนเกิดความประทับใจและพึงพอใจ เกิดการแนะนำและบอกต่อคนรู้จัก และทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการ โรงแรมอีกต่อไปในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในพหุวิทยา อาจมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัย ซึ่งผู้ศึกษาไม่ได้นำมาศึกษา ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เพื่อนำไปสู่การศึกษาที่ดีมากยิ่งขึ้นต่อไป
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อาจไม่เพียงพอ รวมถึงช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรง
3. จากการศึกษา พบว่าในการแจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเวลาจำกัด อาจทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์หรือคลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงควรเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการติดต่อประสานงาน เพื่อขอความช่วยเหลือจากมัคคุเทศก์นำเที่ยว หรือเจ้าหน้าที่ตามสถานที่พัก

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์. 2553. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กรรวิ กั้นเงิน. 2548. “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย”
วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครปฐม.
- กฤษณา โบสุวรรณ. 2549. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของ
โรงแรมในเขตพัทธยาเหนือ จังหวัดชลบุรี” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. 2556. สถิตินักท่องเที่ยว. (ออนไลน์).
แหล่งที่มา : <http://www.tourism.go.th/tourism/th/home/tourism.php>
- กัมปนาท ผุดผ่อง. 2549. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบนพื้นที่
เกาะสมุย” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สุราษฎร์ธานี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. การวิเคราะห์สถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา อรุณสุขรุจิ. 2546. “ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญา
เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กุลวดี ละม้ายจีน. 2552. วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี.
- ขนิษฐา แจ่มประจักษ์. 2554. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาสามชุก ตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี” ภาคนิพนธ์ ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิรัฐ เจนพึงพร. 2554. “วิเคราะห์ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัด
ด้วยตัวแบบ ECSI” การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2548. การวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชยุต โพธิ์รัตน์, ธีรดา ศิริรัตน์, พิมพ์ชนก พรหมจรรย์, ศรีกาญจนะ มงคลศิริฤกษ์ และอานนท์ กิตติสุรินทร์. 2556. “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมสวนกุหลาบเพลส กรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารธุรกิจ บริการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกุหลาบ.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชาริณี เดชจินดา. 2535. “ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม แฉวงแสดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ซิลไปไหนดอทคอม. 2556. **เที่ยวสุดฮิตในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.chillpainai.com/travel>
- ธัญญารัตน์ บุญต่อ. 2552. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมเวสติ แกรนด์ สุขุมวิท” บัณฑิตมหาวิทยลัย สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธิดารักษ์ นิภาวงษ์. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.** การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประภาส เกตุแก้ว. 2546. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายทะเบียนรถ สำนักงานขนส่ง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” สารนิพนธ์.กศ.ม.(ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไปด้วยกันดอทคอม. 2556. **ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปของจังหวัดชลบุรี.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.paiduaykan.com/province/east/chonburi/chonburi.html>
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน .2542. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 : 775. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์.
- พัชรารัตน์ ฟองเงิน. 2553. “คุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับ โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การพัฒนา คณะพัฒนาการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภาวิณี เต็มดี. 2553. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการใน Boutique Hotel ของนักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าอิสระวิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิรุฬ พรรณเทวี. 2542. “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของกระทรวงมหาดไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2543. **คุณภาพในงานบริการ 1. พิมพ์ครั้งที่ 4.** กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร : ชรรณสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร : Diamond in business world.

สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง. 2542. **การพัฒนาองค์กรและการจูงใจ.** กรุงเทพมหานคร : บรรณกิจ.

สมศิริ นิสิตศิริ. 2548. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรม ดิ อินเตอร์เนชั่นแนล เชียงใหม่” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานเทศบาลตำบลนาเกลือ. 2556. **ข้อมูลเทศบาลตำบลนาเกลือ.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://nakluea.go.th/public/webboard/data/listcomment/forum_id/3/topic_id/1/page/menu/105

สำนักงานนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยศรีปทุม. 2546. **แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.** สำนักงานนโยบายและแผน, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2553. **บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท.** โครงการกิจกรรมเผยแพร่ผลวิเคราะห์ระบบเตือนภัยและระบบฐานข้อมูลแก่สาธารณะ กรุงเทพฯ.

สุวิจชัย เสมมา. 2550. “ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพหุวิทยาและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย” การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสาวลักษณ์ เครืออารีย์. 2549. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2552. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://bangkokpoll.bu.ac.th/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=1.

หฤทัย มินะพันธ์. 2551. **ทฤษฎีอุปสงค์.** คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อภิชาติ ศรีพวง. 2553. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ โรงแรม สุนีย์แกรนด์ แอนคอนเวนชัน เซ็นเตอร์” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.

อาทิตย์ แซ่ย่าง. 2553. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” บัณฑิตมหาวิทยาลัย คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อุทัยพรรณ สูดใจ. 2545. “การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี-ดีแมก (ที) จำกัด” การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาวิทยาลัย สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอ็กซ์พีเดีย. 2557. ข้อมูลโรงแรมสถานที่พักของเมืองพัทยา ในจังหวัดชลบุรี. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.expedia.co.th/>

เอื้อฤทัย สิทธิพงษ์. 2549. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียต่อห้องพักและการบริการของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรมในพัทยา” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





ภาคผนวก

ภาคผนวก

แบบสอบถามโครงการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในพัทยา (Tourists satisfaction of the hotel service in Pattaya)

คำชี้แจง (Explanation)

1. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ
(There are 4 parts to this questionnaire)
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
(Part 1 : General Information of Respondents)
ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม
(Part 2 : Behavioral Information in Using Hotel's Service)
ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม
(Part 3 : Satisfaction in Using Hotel's Service)
ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
(Part 4 : Suggestions)
2. ข้อมูลดังกล่าวจะเก็บเป็นความลับ และใช้สำหรับการวิจัยเท่านั้น
(All information will be kept and use for research purpose only)
3. โปรดตอบทุกข้อตามลำดับและตอบตามความเป็นจริง
(Please answer all questions with truth information)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

Part 1 General Information of Respondents.

คำชี้แจง : คำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงตามความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

Explanation : There are 6 questions. Please kindly mark ✓ in , and fill in the blanks with your information.

1. สัญชาติ (Nationality)

1) ไทย (Thai)

2) ต่างชาติ (Foreigner)

2. เพศ (Gender)

1) ชาย (Male)

2) หญิง (Female)

3. อายุ (Age)

1) อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี (Less than or equal 20 years old)

2) อายุ 21 – 30 ปี (21 - 30 years old)

3) อายุ 31 – 40 ปี (31 - 40 years old)

4) อายุ 41 – 50 ปี (41 - 50 years old)

5) อายุ 50 ปีขึ้นไป (Over 50 years old)

4. ระดับการศึกษาสูงสุด (Highest education level)

1) ต่ำกว่ามัธยมปลาย (Below high school)

2) มัธยมปลาย / ปวช. (High school / Vocational certificate)

3) ปวส. / อนุปริญญา (High vocational certificate / Associate degree diploma)

4)ปริญญาตรี (Bachelor degree)

5)ปริญญาโท (Master degree)

6)ปริญญาเอก (Doctorate degree)

5. อาชีพ (Occupation)

1) พนักงานบริษัทเอกชน (Private company employee)

2) ข้าราชการ (Government officer)

3) รัฐวิสาหกิจ (State enterprises employee)

4) นักเรียน / นักศึกษา (Student)

- 5) เจ้าของกิจการ (Business owner)
- 6) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income per month)

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (Less than or equal 10,000 baht)
- 2) 10,001 - 20,000 บาท (10,001 - 20,000 baht)
- 3) 20,001 - 30,000 บาท (20,001 - 30,000 baht)
- 4) 30,001 - 45,000 บาท (30,001 - 45,000 baht)
- 5) มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป (More than 45,000 baht)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม

Part 2 Behavioral Information in Using Hotel's Service

คำชี้แจง : คำถามมีทั้งหมด 8 ข้อ โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงตามความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

Explanation : There are 8 questions . Please kindly mark ✓ in , and fill in the blanks with your information.

1. เหตุผลในการเดินทางมาพัทยา (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

Reason of your trip to Pattaya? (Choose only 1 answer)

- 1) เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน (For vacation and relaxation)
- 2) เพื่อเยี่ยมญาติ (Visit relatives)
- 3) เพื่อติดต่อธุรกิจการค้า (Business)
- 4) เพื่อประชุมสัมมนา / ปฏิบัติงานราชการ (Seminar / Work)
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

2. ท่านมาพักที่โรงแรมในพัทยากับใคร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

Who are you staying with in hotel? (Choose only 1 answer)

- 1) ครอบครัว / ญาติ (Family / Relatives)
- 2) เพื่อน (Friend)
- 3) แฟน (Boyfriend / Girlfriend)
- 4) ที่ทำงาน (Co-worker)
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

3. ท่านทราบข่าวเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในพัทยาอย่างไร (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

How do you know about hotel information? (Choose only 1 answer)

- 1) อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ (Internet / Website)
- 2) หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / แผ่นพับ (Newspaper / Magazine / Brochure)
- 3) บริษัทนำเที่ยว / ตัวแทน (Travel agent / Hotel agent)
- 4) เพื่อน (Friend)
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

4. สาเหตุสำคัญที่ท่านตัดสินใจเลือกโรงแรมนี้ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

Why do you choose this hotel? (Choose only 1 answer)

- 1) โรงแรมมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก (Famous and well-known hotel)
- 2) เคยมาพักที่โรงแรมแห่งนี้แล้ว (Have stayed in this hotel before)
- 3) มีคนรู้จักแนะนำ (Recommendation from friend)
- 4) ราคาถูก (Low-cost)
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

5. ท่านมาพักโรงแรมที่พัทยาชวงใด (Which period of year do you stay in Pattaya's hotel?)

- 1) มกราคม - มีนาคม (January - March)
- 2) เมษายน - มิถุนายน (April - June)
- 3) กรกฎาคม - กันยายน (July - September)
- 4) ตุลาคม - ธันวาคม (October - December)

6. ท่านทำการจองห้องพักโดยทางใด (How did you make reservation for hotel room?)

- 1) โทรศัพท์ (Telephone)
- 2) บริษัทนำเที่ยว / ตัวแทน (Travel agent / Hotel agent)
- 3) อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ (Internet / Website)
- 4) อื่น ๆ โปรดระบุ (Others , please specific)

7. ระดับราคาห้องพักของโรงแรม (ต่อคืน) (Price level per night of hotel room)

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท (Less than or equal 1,000 baht)
- 2) 1,001 - 1,500 บาท (1,001 - 1,500 baht)
- 3) 1,501 - 3,000 บาท (1,501 - 3,000 baht)
- 4) มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป (More than 3,000 baht)

8. ระยะเวลาในการเข้าพักในโรงแรม (Length of stay in hotel)

- 1) 2 - 3 วัน (2 - 3 days) 2) 4 - 5 วัน (4 - 5 days)
- 3) 6 - 7 วัน (6 - 7 days) 4) มากกว่า 7 วัน (More than 7 days)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม

Part 3 Satisfaction in Using Hotel's Service

คำชี้แจง : คำถามมีทั้งหมด 27 ข้อ โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน (5 = มากที่สุด , 4 = มาก , 3 = ปานกลาง , 2 = น้อย , 1 = น้อยที่สุด)

Explanation : There are 27 questions. Please kindly mark ✓ in which match with your satisfaction. (5 = Most , 4 = Much , 3 = Neutral , 2 = Less , 1 = Least)

คำถาม (Questions)	ระดับความพึงพอใจ (Level of satisfaction)				
	5	4	3	2	1
สถานที่ตั้งของโรงแรม (Location of the hotel)					
1. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว (Close to tourist attraction)					
2. ความสะดวกในการเดินทาง (Convenience for travel)					
3. บรรยากาศของโรงแรม (Atmosphere of the hotel)					
4. ระบบรักษาความปลอดภัยในและรอบ ๆ โรงแรม (Security in and around the hotel)					
5. มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ (Car parking)					
6. ระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณลานจอด (Security in car parking area)					
คุณภาพของห้องพัก (Quality of hotel room)					
7. ความสะอาด (Cleanliness of the hotel room)					
8. การตกแต่งภายในของห้องพัก (Decoration of the hotel room)					
9. ขนาดของห้องพัก (Size of the hotel room)					
10. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (Equipment and facilities within the hotel room)					

คำถาม (Questions)	ระดับความพึงพอใจ (Level of satisfaction)				
	5	4	3	2	1
ราคาของห้องพัก (Price of the hotel room)					
11. ราคาเหมาะสมกับสภาพห้องพัก (Price worthiness to room condition)					
12. มีราคาห้องพักให้เลือกหลายระดับ (Many price level of the hotel room to select)					
การให้บริการของพนักงานโรงแรม (The service of the hotel staff)					
13. กริยา มารยาท และความเอาใจใส่ของพนักงาน (Manners and hospitality of the hotel staff)					
14. พนักงานให้ข้อมูลการเข้าพักครบถ้วนสมบูรณ์ (Hotel staff inform all information)					
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channels)					
15. สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง (Many ways to communicate)					
16. มีระบบชำระค่าห้องพักที่สะดวก หลายช่องทาง (Many ways to pay the room charge)					
ขั้นตอนการให้บริการ (The process of service)					
17. ความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอิน (Convenience of check in)					
18. ความสะดวกรวดเร็วในการคืนห้องพัก (Convenience of check out)					
19. ความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพและการบริการ (Value of price to quality and service)					
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
20. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ (Advertising through various media)					
21. มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ (Interesting promotion)					
22. การให้ส่วนลด (Discount)					

คำถาม (Questions)	ระดับความพึงพอใจ (Level of satisfaction)				
	5	4	3	2	1
สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)					
23. ล็อบบี้ เลานจ์ (Lobby, lounge)					
24. สระว่ายน้ำและอ่างน้ำวน (Swimming pool)					
25. ห้องออกกำลังกาย (Fitness)					
26. บริการอินเทอร์เน็ต / อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Internet / Wireless)					
27. แพคเกจท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจในชลบุรี (Tour package in Chonburi)					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (Suggestions)

.....

.....

.....

.....

.....

*** ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามครบทุกข้อ ***

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาววิลาสินี นิยมไทย
วันเดือนปีเกิด 9 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 25/44 หมู่บ้านนิรันดร์วิลล่า ซอยพื้งมี 50 ถนนสุขุมวิท 93
แขวงบางจาก เขตพระ โขนง กรุงเทพมหานคร 10260
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2550 คณะบริหารธุรกิจ สาขาการเงินและการธนาคาร
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ประสบการณ์ทำงาน พ.ศ. 2551-2553 Customer Service
ธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน Accounting Officer
บริษัท มิตรชุย โอ. เอส. เค. โกลด์ (ประเทศไทย) จำกัด

