

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี  
ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร  
DECIDING TO USE RESORT ACCOMMODATION IN CHONBURI  
OF TOURISTS IN BANGKOK

ภักวณิชญ์ ปัญญาช่าง

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

PHAKWALAN PANYACHANG

Marketing, Master of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ สถานะ อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้ โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 410 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม และใช้สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples : T-Test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยแนวคิดการดำรงชีวิต ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าใช้บริการ และเหตุผลในการเลือกที่พัก ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, ปัจจัยส่วนบุคคลทางการตลาด, ที่พักประเภทรีสอร์ท

## ABSTRACT

The objectives of this research (1) were to study the factors affecting the decision to use resort-type accommodation in Chonburi Province. of tourists in Bangkok (2) to study the personal factors of tourists affecting the decision to choose resort accommodation in Chonburi Province of tourists in Bangkok (3) to study the factors of marketing mix (7P) and lifestyle factors affecting the decision to choose resort accommodation in Chonburi Province of working-age tourists in Bangkok (4) to study the decision to use resort-type accommodation in Chonburi Province of working age tourists in Bangkok classified by sex, age, status, occupation, level of education and income By collecting a questionnaire from a group of 410 tourists in Bangkok. Th instrument used in this study was a surveying with descriptive statistics, frequency, percentage, average, standard deviate on and the Hypothesis test of difference between 2 average analysis (independent samples: T-Test) and One-Way ANOVA

For the samples are founded that personal factor of gender age career and the differences of income are affected to decision of Hotel or resort services in Chonburi Province ant 0.05 of statistics by the living factor.

Keywords : Decision Making in Service Selection, Marketing mix factor, Resort accommodation

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความน่าสนใจ และยังมีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้จำนวนมากเข้ามาในประเทศไทย และในธุรกิจที่พัก โรงแรม รีสอร์ทต่างๆ ที่ทุกภูมิภาคยังคงมีการแข่งขันกันอย่างแพร่หลาย ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ การสร้างบรรยากาศในที่พัก โดยเฉพาะตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญภายในประเทศไทย โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเลของประเทศไทยที่มีการฟื้นฟูจากสถานการณ์ผลกระทบต่างๆ ทั้งด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจโลก ในด้านภัยพิบัติที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น คลื่นยักษ์สึนามิในปี พ.ศ. 2547 ที่เกิดขึ้นในภาคใต้ของประเทศไทย และในปัจจุบัน ยังได้รับผลกระทบในการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ถึงแม้ว่า ในภาคตะวันออกของไทยจะไม่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ แต่ยังคงได้รับผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ และผลกระทบในการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้ยังคงมีความน่าเป็นห่วงในด้านอัตราการเข้าพักแรม และการแข่งขันในด้านกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ทั้งในเรื่องของ ราคา และการบริการ เพื่อให้เกิดอัตราการเข้าพักให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ในด้านของการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแนวคิดการดำเนินชีวิต และปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ของธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ท ให้มีความมั่นคง และสามารถส่งมอบคุณค่าให้กับผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ สถานะ อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

### ขอบเขตในการศึกษา

- 1 ปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้
- 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี และด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

### ประโยชน์จากการทำวิจัย

1 เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว และทราบถึงแนวโน้มของการเลือกใช้บริการที่พักตามลักษณะประชากรศาสตร์

2 เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากผลงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### *ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี*

ชลบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย ชุมชนเมืองศูนย์กลางของจังหวัด คือ เทศบาลเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่งตั้งอยู่ โดยมีเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศคือ เมืองพัทยา นอกจากนี้ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสำคัญของภาคตะวันออกอย่างมาก ทั้งในด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมต่าง ๆ

ชลบุรี เป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่อยู่ติดทะเล อีกทั้งยังอยู่ใกล้กรุงเทพฯอีกด้วย จึงไม่แปลกเลยที่ในทุก ๆ ปี จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดนี้อย่างมากมายมหาศาล จุดท่องเที่ยวหลัก ๆ ที่ได้ยินกันบ่อยครั้งก็คือ พัทยา บางแสน สัตหีบ เกาะล้าน เกาะสีชัง ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นบริเวณที่อยู่ติดทะเลแทบทั้งหมด (บริเวณที่ไม่ติดทะเล ไม่ค่อยมีแหล่งท่องเที่ยวเท่าใดนัก ส่วนมากจะเป็นสถานที่สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซะมากกว่า) แต่นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวท่องเที่ยวแล้ว ชลบุรีก็มักจะมีกิจกรรมและประเพณีต่าง ๆ ไว้คอยดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาแวะเวียนเที่ยวชมจังหวัดนี้มากขึ้น อีกอย่างหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดชลบุรีก็คือ เป็นแหล่งอุตสาหกรรมด้วย

### *ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจประเภทรีสอร์ต*

นิคม จารุณณี (2544) ได้สรุปว่า รีสอร์ตหมักนิยมสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ของนักท่องเที่ยวตามบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อาทิ เช่น ชายทะเล หรือภูเขา เป็นต้น รีสอร์ตหนึ่งมีอยู่หลายระดับด้วยกัน ตั้งแต่แบบประหยัด ไปจนถึงแบบหรูหรา ส่วนมากจะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักได้เป็นจำนวนมาก เช่น ห้องประชุมสัมมนา สำหรับรีสอร์ตประเภทนี้ ยังมีห้องครัวและอุปกรณ์ต่างๆ ไว้บริการแขกอีกด้วย เพื่อจุดประสงค์ในการดึงดูดกลุ่มที่มาพักเป็นครอบครัว และมีเวลาพักเป็นหลายสัปดาห์

### *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด*

พัฒนรพี ศรีตุลา (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญ ของปัจจัยการตลาด ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกใช้บริการทุกประเด็น และพบว่า ปัจจัยการตลาดของโรงแรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกใช้บริการโรงแรม

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต**

AIOs (Activities, Interests and Opinions) รูปแบบการดำเนินชีวิตถูกนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อให้ให้นักการตลาดสามารถเข้าใจผู้บริโภคได้อย่างถ่องแท้ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถวัดได้จากตัวแปรต่างๆ ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับ

1. ผู้บริโภคใช้เวลาในการทำกิจกรรมอย่างไร (Activities)
2. สิ่งที่เราสนใจและให้ความสำคัญ (Interests)
3. ความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบตัว (Opinions)
4. ข้อมูลพื้นฐาน เช่น อายุ รายได้ การศึกษา ภูมิฐานะ เป็นต้น

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ**

กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

นฤมล บัวจันทร์ (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล

ผลงานวิจัยพบว่า

- 1) ลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-3 คน ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และค้างแรม 1 คืน โดยจะพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรม จากทำเลที่ตั้งมากที่สุด
- 2) ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ในระดับมาก ด้านการจ้างงาน ด้านการควบคุม ด้านการประสานงาน และด้านการวางแผน ตามลำดับ
- 3) ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ในระดับมาก ด้านราคา ด้านสื่อ / ช่องทางที่ได้รับ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ
- 4) ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพ อาชีพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ลูกค้าที่มีที่อยู่อาศัย แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ โฮเต็ล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ของโรงแรมอยุธยาแกรนด์โฮเต็ล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) อายุ สถานภาพ อาชีพ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8) ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์โฮเต็ล มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมอยุธยาแกรนด์โฮเต็ล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

## วิธีดำเนินการวิจัย

### วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้กำหนดไว้ตามสูตรจากการไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้ผลลัพธ์ของกลุ่มตัวอย่าง 410 คน คือกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ซึ่งหลังจากได้รับข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาคำนวณทางสถิติต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนาจะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูล ปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และวิธีการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบาย เลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และใช้อธิบายข้อมูลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี

## 2. สถิติอ้างอิง

สมมุติฐานข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ใช้สถิติ T-Test และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทางด้าน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

สมมุติฐานข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยจำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

## สรุปผลการวิจัย

ในด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท ต่อเดือน

ในด้านแนวคิดการดำเนินชีวิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนเข้าพักโดยเฉลี่ย 1-3 ครั้ง ต่อปี มีจุดประสงค์ที่จะพักผ่อนและการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเอง และเข้าพักค้างคืนในแต่ละครั้งจำนวน 1 คืน โดยมีเหตุผลในการเลือกที่พักจากความสวยงาม ได้รับข้อมูลที่พิกผ่านทาง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรือสังคมออนไลน์ต่างๆ และจองที่พักผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 1,001 – 3000 บาท ต่อครั้ง

ในด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับโรงแรมที่มีห้องพักที่สะอาด ในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับ ราคาห้องพักที่เหมาะสม และคุ้มค่างับจำนวนเงินที่จ่าย ในด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับ การจองห้องพักได้ผ่านทาง Applications (Agoda , Traveloka) ในด้าน การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับ ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ ในด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับ



พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในห้องพัก และในด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การชำระค่าบริการ ผ่านทางช่องทางต่างๆ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ในส่วนของปัจจัยแนวความคิดการดำรงชีวิต ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าใช้บริการ และเหตุผลใน การเลือกที่พัก ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี แตกต่าง กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของ นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียดดังนี้  
ตอนที่ 1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี

ด้านที่พักและการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ โรงแรมที่มีห้องพักที่สะอาด สถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง และมีที่จอดรถเพียงพอ สอดคล้องกับ จารุวรรณ โปสาวัง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสภาพของห้องพัก มีการตกแต่ง สวยงาม แต่ไม่สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของที่พัก และการมีห้องพักให้เลือกหลายระดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือราคาห้องพัก ที่เหมาะสมและคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่าย ราคาพิเศษสำหรับช่วงในและนอกฤดูการท่องเที่ยว และราคาห้องพักมี ให้เลือกหลายหลาย สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาห้องพัก และบริการต่างๆ และสอดคล้องกับ จารุวรรณ

โพสวาง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในดารเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาห้องพักที่มีความเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก

ในด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือการจองห้องพักได้ผ่านทาง Applications (Agoda , Traveloka) โรงแรมมีเว็บไซต์สำหรับการจองห้องพัก และสามารถเดินเข้ามาจองพักได้โดยตรงกับทางห้องพัก (Walk In) สอดคล้องกับ สุรางคนา แก้วตา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของที่พัก แต่ไม่สอดคล้องกับสุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า มีการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจให้ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งชุมชน

ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ ให้ส่วนลดค่าอาหาร เครื่องดื่ม และบริการเสริมต่างๆ ในที่พัก และมีบริการอัฟเกรดห้องพัก สอดคล้องกับ จารูวรรณ โพสวาง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในดารเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ แต่ไม่สอดคล้องกับ สุรางคนา แก้วตา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต

ในด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานมีกิริยามารยาทและบุคลิกภาพที่ดี สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริการด้วยความยิ้มแย้มสุภาพ เป็นมิตร แต่ไม่สอดคล้องกับ จารูวรรณ โพสวาง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในดารเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่

ใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ

ในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความปลอดภัยภายในห้องพัก ความปลอดภัยในโรงแรมและบริการ การรักษาความปลอดภัยที่ดี และความสะอาด ความสะดวกสบายของ เครื่องนอน ได้แก่ พูก ผ้าปูที่นอน ผ้าห่ม และ ผ้าคลุมเตียง สอดคล้องกับ สურางนา แก้วตา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัย และความสะอาดของที่พัก แต่ไม่สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ความพร้อมในการใช้งาน Wi-Fi และการจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับลูกค้า เช่น ที่จอดรถ และมุมพักผ่อน

ในด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ระบบการชำระค่าบริการ ผ่านทางช่องทางต่างๆ ความทันสมัยของเทคโนโลยีต่าง ๆ ของที่พัก เช่น ระบบการจองห้องพัก website ของที่พัก ระบบเครดิตการ์ด และความทันสมัยของเทคโนโลยีในห้องพัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อาทิตย์ พวงนาค (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการให้บริการในห้องพัก และกระบวนการจองห้องพัก

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ในจังหวัดชลบุรี

จากสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ สถานะ และระดับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี

จากสมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ ปริมาณการเข้าพักในแต่ละครั้ง จุดประสงค์เข้าพัก เหตุผลในการเลือกเข้าพัก ช่องทางการจองห้องพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพักในแต่ละครั้ง ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท ในจังหวัดชลบุรี ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลในการเข้าพัก ระยะเวลาการเข้าพักในแต่ละครั้ง และ ช่องทางการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตินพล ภูตะโชติ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่คือ 1-2 คืนต่อครั้ง มีจุดประสงค์ในการเข้าพักส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเข้าพักด้วยตนเอง

### ข้อเสนอแนะ

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศหญิงได้เป็นอย่างดี ควรมีพื้นที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเพศหญิง มาให้บริการเพิ่ม อย่างเช่น ร้านเสริมสวย และสปา และควรเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้เข้มงวดยิ่งขึ้น
2. ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พักควรมีการพัฒนาารูปแบบของที่พักให้คงสภาพที่อยู่เสมอ ควรออกแบบที่พักให้มีการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม มีห้องพักให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลาย และควรรักษามาตรฐานในการบริการให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น
3. ด้านราคา และกระบวนการให้บริการต่างๆ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ค้นหาข้อมูลที่พักจาก เว็บไซต์และ Application อื่นๆที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของที่พักโดยตรง จึงควรเน้นในเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการ เช่น ในช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายกว่าเดิม สามารถชำระได้ผ่านทางช่องทางออนไลน์ และมีส่วนลดในการจองที่พัก ในแต่ละช่องทางที่ทางลูกค้าได้ทำการจองเข้ามา

## เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวและกีฬา,กระทรวง. (2564). สถิติด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวไทย 2564.

สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=628](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=628)

การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี).

วสันต์ กานต์วรรัตน์. (2563). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพศหญิง

ชาวไทย ในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมประเภทโปสเทล.(วารสารนวัตกรรมการศึกษาและ

การวิจัย, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม).

อรุณี ล้อมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พัก

ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

โสภา จำนงรัมย์, ชไท กิรติพงศ์ไพบูลย์, กัลย์ธีรา ชุมปัญญา. (2558). ท่องเที่ยวทั่วไทย สร้างรายได้ทั่วถึง.

วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 52(1), 8-16.

สุรางคณา จามรสวัสดิ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

และส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษา

ธุรกิจโฮสเทล อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาจัดการ

โรงแรมและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด)

นิคม จารุมนี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, และศุภร เสรี รัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ:

พัฒนาศึกษา.

Kotler, P., and Keller, L.K. (2012). Marketing Management. (Global Edition). England: Pearson

Education.