

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา ตลอดจนศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยทำการสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ จำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จำนวน 225 ราย และนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย จำนวน 175 ราย ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 44 ปี ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ผุสสดี สมปาน (2552) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป ที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี เป็นต้น มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน มีสัญชาติรัสเซีย รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร และมีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 109,156 บาท

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 37 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน มีสัญชาติจีน รองลงมา คือ เกาหลี และมีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 54,457 บาท

##### 5.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม

###### 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม ในภาพรวม

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป และชาวเอเชียให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ และอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา (ตารางที่ 5.1)

**2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมจำแนกตามเพศ**

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปเพศชายและเพศหญิงให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียเพศชายและเพศหญิงให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน (ตารางที่ 5.1)

**3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมจำแนกตามอายุ**

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปอายุไม่เกิน 41 ปี และอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย อายุไม่เกิน 41 ปี และอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน (ตารางที่ 5.1)

**4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมจำแนกตามรายได้**

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาทและที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท และที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน (ตารางที่ 5.1)

**ตารางที่ 5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม ในภาพรวม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้**

ชาวยุโรป	ชาวเอเชีย
<b>1. ภาพรวม</b>	
คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.12 (ระดับมาก)	คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.22 (ระดับมาก)
<b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด)	<b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด)
<b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด)	<b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด)
<b>อันดับ 3</b> คือ ด้านราคา (ระดับมาก)	<b>อันดับ 3</b> คือ ด้านราคา (ระดับมาก)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ชาวยุโรป	ชาวเอเชีย
<b>2. จำแนกตามเพศ</b>	
<p><b>เพศชาย</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.10 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ด้านการจัดจำหน่าย (ระดับมาก)</p> <p><b>เพศหญิง</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.15 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ระดับมาก)</p>	<p><b>เพศชาย</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.04 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p> <p><b>เพศหญิง</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.27 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ระดับมาก)</p>
<b>3. จำแนกตามอายุ</b>	
<p><b>อายุไม่เกิน 41 ปี</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.12 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p> <p><b>อายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.12 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p>	<p><b>อายุไม่เกิน 41 ปี</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.24 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p> <p><b>อายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.23 (ระดับมาก) อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ชาวยุโรป	ชาวเอเชีย
<b>4. จำแนกตามรายได้</b>	
<p><b>ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) <b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 3</b> คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ระดับมาก)</p> <p><b>ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.14 (ระดับมาก) <b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 3</b> คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p>	<p><b>ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.22 (ระดับมาก) <b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 3</b> คือ ด้านราคา (ระดับมาก)</p> <p><b>ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป</b> คะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.21 (ระดับมาก) <b>อันดับ 1</b> คือ ด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 2</b> คือ ด้านกระบวนการ (ระดับมากที่สุด) <b>อันดับ 3</b> คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ระดับมาก)</p>

ที่มา : จากการศึกษา

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างนักท่องเที่ยวก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 4 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียให้คะแนนสูงกว่าชาวยุโรป ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร (ตารางที่ 5.2)

ในการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยจำแนกตามเพศแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้ง 7 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปเพศหญิงให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย ใน 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปเพศชายให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ใน 2 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 5.2)

ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยจำแนกตามเพศแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 4 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียเพศหญิงให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายใน 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริม

การตลาด และด้านกระบวนการ ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียเพศชายให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย (ตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นในภาพรวม และจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	ชาวเอเชียให้คะแนนสูงกว่าชาวยุโรป	ชาวยุโรป		ชาวเอเชีย	
		เพศชายให้คะแนนสูงกว่าเพศหญิง	เพศหญิงให้คะแนนสูงกว่าเพศชาย	เพศชายให้คะแนนสูงกว่าเพศหญิง	เพศหญิงให้คะแนนสูงกว่าเพศชาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	✓		✓		✓
2. ด้านราคา	✓		✓	X	
3. ด้านการจัดจำหน่าย	X	✓		✓	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓		✓		✓
5. ด้านบุคลากร	✓		✓	X	
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	X	✓		X	
7. ด้านกระบวนการ	X		✓		✓

หมายเหตุ : ✓ คือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

X คือ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา : จากการศึกษา

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปโดยจำแนกตามอายุแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุไม่เกิน 41 ปี และอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุไม่เกิน 41 ปี (ตารางที่ 5.3)

ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียโดยจำแนกตามอายุแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุไม่เกิน 41 ปี และอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 3 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย อายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุไม่เกิน 41 ปี ใน 2 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียอายุไม่เกิน 41 ปี ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป เพียง 1 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 5.3)



ตารางที่ 5.3 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ชาวยุโรป		ชาวเอเชีย	
	ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 41 ปี ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป	ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีอายุไม่เกิน 41 ปี	ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 41 ปี ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป	ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 42 ปีขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีอายุไม่เกิน 41 ปี
1. ด้านผลิตภัณฑ์	X		X	
2. ด้านราคา	X		X	
3. ด้านการจัดจำหน่าย		✓		✓
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	X		X	
5. ด้านบุคลากร	X			✓
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	X		✓	
7. ด้านกระบวนการ	X		X	

หมายเหตุ: ✓ คือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

X คือ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา : จากการศึกษา

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปโดยจำแนกตามรายได้แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาทและมีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 3 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ใน 2 ด้าน คือ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 5.4)

ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียโดยจำแนกตามรายได้แล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาทและมีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 2 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาว

เอเชียที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ในด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นจำแนกตามรายได้

ปัจจัย	ชาวยุโรป		ชาวเอเชีย	
	ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป	ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท	ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป	ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,001 บาทขึ้นไป ให้คะแนนสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 80,000 บาท
1. ด้านผลิตภัณฑ์		X		X
2. ด้านราคา		✓		X
3. ด้านการจัดจำหน่าย		✓		X
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓			X
5. ด้านบุคลากร		X		✓
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ		X	✓	
7. ด้านกระบวนการ		X		X

หมายเหตุ : ✓ คือ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

X คือ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา : จากการศึกษา

### 5.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป ส่วนใหญ่ เดินทางมาที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา (รวมครั้งนี้) เฉลี่ย 6 ครั้ง โดยเดินทางมากับญาติพี่น้อง นิยมท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวประเภทชายหาดและทะเล และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาเที่ยวพัทยาคครั้งนี้ (รวมค่าที่พัก) 80,587 บาท

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย ส่วนใหญ่ เดินทางมาที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา (รวมครั้งนี้) เฉลี่ย 4 ครั้ง โดยเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน นิยมท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวประเภทชายหาดและทะเล และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาเที่ยวพัทยาคครั้งนี้ (รวมค่าที่พัก) 36,800 บาท

#### 5.1.4 พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป ส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่พักครั้งนี้ในเขตพัทยาใต้ เลือกห้องพักระดับราคาเฉลี่ย 3,086 บาท/วัน ระยะเวลาในการเข้าพักที่โรงแรมครั้งนี้เฉลี่ย 11 วัน ค่าใช้จ่ายในการพักแรมในโรงแรมครั้งนี้เฉลี่ย 32,169 บาท มีจำนวนผู้พักต่อห้อง 2 คน และเคยมาพักโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแล้ว ทำการจองห้องพักล่วงหน้า โดยมีวิธีการจองผ่านระบบการจองห้องพักออนไลน์ ชำระเงินค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาโรงแรมครั้งนี้มาจากอินเทอร์เน็ต

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย ส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่พักครั้งนี้ในเขตพัทยาใต้ เลือกห้องพักระดับราคาเฉลี่ย 2,587 บาท/วัน ระยะเวลาในการเข้าพักที่โรงแรมครั้งนี้เฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายในการพักแรมในโรงแรมครั้งนี้เฉลี่ย 10,219 บาท มีจำนวนผู้พักต่อห้อง 2 คน และเคยมาพักโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแล้ว ทำการจองห้องพักล่วงหน้า โดยมีวิธีการจองผ่านระบบการจองห้องพักออนไลน์ ชำระเงินค่าที่พักด้วยบัตรเครดิต และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาโรงแรมครั้งนี้มาจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ

#### 5.1.5 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป ให้ความพึงพอใจในภาพรวมครั้งนี้อยู่ในระดับมาก โดยอันดับ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านบุคลากร (ระดับมาก) อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ (ระดับมาก)

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย ให้ความพึงพอใจในภาพรวมครั้งนี้อยู่ในระดับมาก โดยอันดับ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านบุคลากร (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านกระบวนการ (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย (ระดับมาก)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปและชาวเอเชีย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 4 ด้าน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างชาวเอเชียมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างชาวยุโรป ใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านราคา ได้แก่ ระดับราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย และราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น 2) ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีจิตในการให้บริการ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน 3) ด้านกระบวนการ ได้แก่ การให้บริการรูมเซอร์วิส และการให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ส่วนอีก 1 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ โรงแรมอยู่ใกล้ชายหาด โรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างชาวยุโรปมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างชาวเอเชีย



## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และจากการศึกษายังพบอีกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ ด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานมีจิตในการให้บริการ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีทักษะในการสื่อสารภาษาอยู่ในระดับดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโรงแรมส่วนใหญ่ในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี มีการฝึกอบรมพนักงานเป็นอย่างดี เพราะบุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ดังนั้น โรงแรมจะต้องมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

2) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการใช้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมอยู่ในระดับมาก แต่จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบริการอินเทอร์เน็ตฟรีในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโรงแรมในพัทยาส่วนใหญ่ให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยจะต้องเสียค่าใช้จ่าย ดังนั้นทางโรงแรมควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น แคมเปญอินเทอร์เน็ตให้ฟรี กรณีพักหลายคืนหรือช่วงโลซีชั่น ซึ่งจะทำการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมจองห้องพักล่วงหน้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และส่วนใหญ่ก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านการมีระบบรับจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในระดับมาก ดังนั้นทางโรงแรมควรจะมีการเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการจองห้องพักของโรงแรมผ่านช่องทาง การจองล่วงหน้าจะต้องมีความรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

4) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง มีจำนวนครั้งเฉลี่ยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา และมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวพัทยารั้งนี้ (รวมค่าที่พัก) สูงกว่าชาวเอเชีย โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับเมืองพัทยาในแต่ละปีอย่างมหาศาล ดังนั้น โรงแรมในเมืองพัทยาแต่ละแห่งจะต้องให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ยินดีที่จะชำระค่าบริการไม่ว่าจะสูงเพียงใด หากได้รับการบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

5) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว 2 กลุ่มหลัก คือ ประเภทชายหาดและทะเล และประเภทศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ มากที่สุด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเมืองพัทลุงมีชื่อเสียงในด้านชายหาดและทะเลที่สวยงาม เช่น หาดจอมเทียน อ่าวพัทลุง และหาดทรายบริเวณเกาะล้าน นอกจากนี้ศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ ที่สำคัญของเมืองพัทลุง ได้แก่ เมืองจำลอง ปราสาทไม้สังขรธรรม วิหารเซียน เป็นต้น ดังนั้น การท่องเที่ยวเมืองพัทลุงควรมีมาตรการในการดูแลความสะอาดของชายหาดในเมืองพัทลุง มีการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ให้มีความสวยงาม และสร้างชื่อเสียงให้กับเมืองพัทลุงสืบไป

6) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่พักครั้งนี้ในเขตพัทลุงได้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะพัทลุงได้เป็นแหล่งย่านธุรกิจ แหล่งบันเทิงครบวงจร และรวมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองพัทลุง โดยเฉพาะชายหาดพัทลุงที่มีความยาวกว่า 15 กิโลเมตร ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวและพักผ่อน ดังนั้น โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งในเขตพัทลุงเหนือและพัทลุงกลาง ควรทำการส่งเสริมการตลาด เช่น ด้านราคา เพื่อดึงใจให้นักท่องเที่ยวมาพักเพิ่มมากขึ้น

7) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เลือกใช้บริการห้องพักระดับราคาที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ชอบความหรูหรา รักความสะดวกสบาย ดังนั้น โรงแรมในเมืองพัทลุงควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก โดยจะต้องออกแบบห้องพักให้มีความหลากหลาย มีหลายระดับราคาให้เลือก เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมมากขึ้น

8) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทลุง จังหวัดชลบุรีครั้งนี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าพักโรงแรมเป็นครั้งแรก โดยทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทลุงจังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่จะเข้าพักโรงแรมทุกครั้ง แสดงให้เห็นว่า โรงแรมในเมืองพัทลุง มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น โรงแรมควรรักษาคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการให้มีมาตรฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเมืองพัทลุง จังหวัดชลบุรีต่อไป

9) จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทลุง จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาโรงแรมครั้งนี้มาจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ ดังนั้นบุคลากรที่มีหน้าที่ในการให้บริการของโรงแรมทุกคน ควรให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างดีที่สุด เพราะหากนักท่องเที่ยวมาใช้บริการโรงแรมแล้วเกิดความประทับใจ ก็จะมีการบอกต่อไปยังญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก อีกทั้งยังช่วยให้โรงแรมประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และยังเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการโรงแรมได้มากขึ้นอีกด้วย