

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทลุง (Walking street)

ราชกิจ ราชกิจภารวีสัย

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤศจิกายน 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ ราชกิจ ราชกิจการวิสัย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

.....  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....  
..... ประธาน  
(ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร)

.....  
..... กรรมการ  
(ดร.มาลัย กรแก้วสมนึก)

.....  
..... กรรมการ  
(ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....  
..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน ..... พ.ศ. 2559

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ณภัคอร  
บุญอากาศสร อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา และให้ข้อเสนอแนะ  
อันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่  
ด้วยดีเสมอมา จนงานนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณ  
เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการคุมสอบงานนิพนธ์อันประกอบ  
ไปด้วย ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม และ ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไข  
ข้อบกพร่องของงานนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่าง  
สมบูรณ์และทรงคุณค่า กราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง และกราบ  
ขอบพระคุณ พี่ ๆ เจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ช่วย  
ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกในการทำงานนิพนธ์ นักธุรกิจชาวจีนทุกท่านที่อนุเคราะห์  
ให้ข้อมูลเชิงลึกตอบแบบสอบถาม ซึ่งให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้  
สุดท้ายนี้ขอรำลึกพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รัก และมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ที่ให้  
กำเนิด ให้สติปัญญา ให้ความรักและความห่วงใย และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยด้วยความ  
กรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องในครอบครัวทุกท่าน และเพื่อนสนิท รวมทั้งกัลยาณมิตรทุกท่าน  
ที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง  
ไปได้ด้วยดี

ราชกิจ ราชกิจภาควิชา

56710314: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/ ส่วนผสมทางการตลาด/ กลยุทธ์การตลาด

ราชกิจ ราชกิจจานุเบกษา: ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (SATISFACTION IN THE MARKETING MIX OF HOSTELS IN SIGHT. FOREIGN TOURISTS IN PATTAYA IN PATTAYA CITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ฅกักร ปุณยาภาภัสสร, บธ.ด., 99 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 3) เพื่อหาอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา จำนวน 380 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 31-35 ปี สัญชาติอเมริกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ระดับรายได้ประมาณ 500 USD พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ โฮสเทลในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

56710314: MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT; M.B.A.

(GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS: SATISFACTION IN THE MARKETING MIX OF HOSTELS IN SIGHT.

FOREIGN TOURISTS IN PATTAYA (WALKING STREET)

RACHAKIJ RACHAKIJPARAVISAI: SATISFACTION IN THE MARKETING MIX OF THE HOSTEL IN THE EYES OF FOREIGN TOURISTS IN THE CITY. ADVISOR: NAPA KKAORN POONYAPAPASSORN, D.B.A. 99 P. 2016.

The study attempts 1) To explore personal factors Travel habits And satisfaction with hostel accommodation of foreign tourists in the city (Walking street) and to compare the difference between personal factors. Satisfaction with hostel accommodation of foreign tourists in Pattaya (Walking street) and to influence the travel habits. Satisfaction with hostel accommodation of foreign tourists in Pattaya (Walking street).

The sample of foreign tourists in the city of 380 people, this research is quantitative research. The tools used in this study was a questionnaire.

The research found that foreign tourists in Pattaya. Most are male, aged 31-35 years, American citizenship. Degree level, single-level income of about 500 USD travel habits of foreign tourists in the city. Overall, the highest level. Satisfaction in the marketing mix of the Hostel in the eyes of foreign tourists in the city. Overall, the highest level.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	8
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดบริการ.....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	19
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ.....	25

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา.....	28
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา.....	31
ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	40
การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	47
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	66
สรุปผล.....	67
อภิปรายผล.....	69
ข้อเสนอแนะ.....	70
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	75
ภาคผนวก ก.....	76
ภาคผนวก ข.....	85
ภาคผนวก ค.....	93
ภาคผนวก ง.....	97
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	99

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมเกสต์เฮาส์ รีสอร์ทและบังกะโล ในเขตเมืองพัทยาจําแนกตามปี พ.ศ. 2550-2553 .....	2
1-2 จำนวนที่พักรวมในเขตเมืองพัทยาจําแนกตามประเภทที่พัก.....	3
3-1 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient).....	24
4-1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จําแนกตามเพศ.....	28
4-2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จําแนกอายุ.....	29
4-3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จําแนกตามสัญชาติ.....	29
4-4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จําแนกตามระดับ การศึกษา.....	30
4-5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จําแนกตามสถานภาพ....	30
4-6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามรายได้.....	31
4-7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา.....	32
4-8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านความ ต้องการท่องเที่ยว.....	33
4-9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านสิ่งจูงใจ สำหรับนักท่องเที่ยว.....	34
4-10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้าน การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	35
4-11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านการ วางแผนค่าใช้จ่ายกรท่องเที่ยว.....	36
4-12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านการ เตรียมการเดินทาง.....	36
4-13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านการเลือก รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว.....	37
4-14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ด้านประสบการณ์กรท่องเที่ยว.....	38



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเดินท่องเที่ยว.....	39
4-16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	40
4-17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ผลิตภัณฑ์.....	41
4-18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านราคา.....	42
4-19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	43
4-20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	44
4-21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านบุคคล.....	45
4-22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านกระบวนการ.....	46
4-23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ.....	47
4-24 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเมืองพัทยา (Walking Street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel .....	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-25 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านผลิตภัณฑ์ กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	49
4-26 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคา กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	50
4-27 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel.....	52
4-28 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel.....	54
4-29 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel.....	56
4-30 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel.....	58
4-31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ เพื่อหาอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	60

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2555-2558.....	1
1-2 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	4
4-1 กราฟแสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรายด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พัก แบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	61
4-2 กราฟแสดงความแปรปรวนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรายด้าน มีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street).....	62

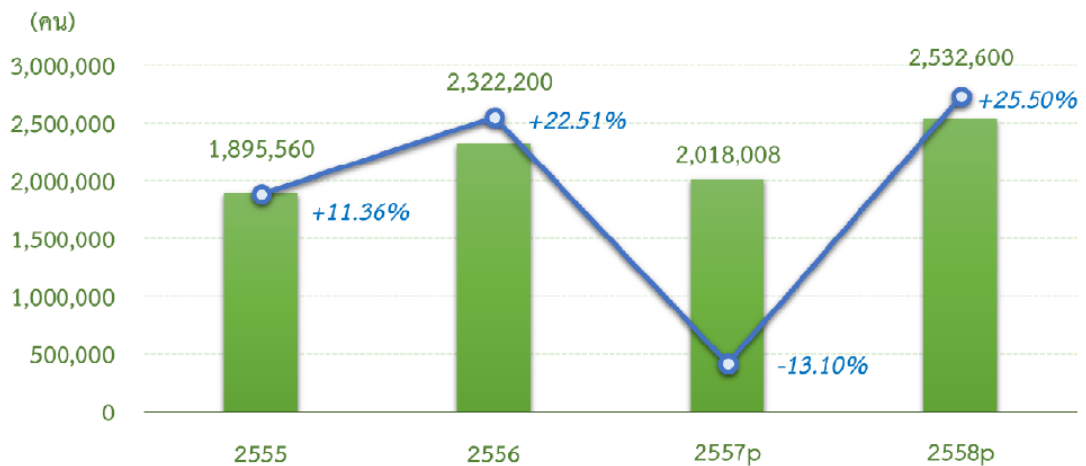
# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติเพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวเนื่องในหลายๆภาคธุรกิจได้แก่ธุรกิจนาเที่ยวธุรกิจเดินทางระหว่างประเทศธุรกิจบริการที่พักเช่นโรงแรมสถานพักตากอากาศบริการห้องชุดเกสเฮาส์เป็นต้นรวมถึงธุรกิจเล็ก ๆ ที่ได้ผลสืบเนื่องจากนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจในการจำหน่ายของที่ระลึกร้านอาหารซึ่งจะทำให้ก่อเกิดรายได้อีกเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวและเติบโตเร็วมากสำหรับจำนวนและรายได้ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 7,876,726 คน ขยายตัวร้อยละ 23.54 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าเท่ากับ 394,257.61 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 26.01 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ดังภาพที่ 1-1) แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่ยังมีโอกาสเติบโตได้อีก

จำนวนนักท่องเที่ยวเดือนมีนาคม



ภาพที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2555-2558 (กรมการท่องเที่ยว, 2558)

เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ส่วนใหญ่จึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการค้าและการบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายจึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเห็นได้จากสถิติการเข้าพักในโรงแรมเกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และ บังกะโล ในเขตเมืองพัทยาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2553 ซึ่งมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักในโรงแรมเกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และ บังกะโล ในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามปี พ.ศ. 2550-2553 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

ปี พ.ศ.	จำนวน (คน)
2550	468,867
2551	267,575
2552	335,561
2553	456,134

สถานการณ์ด้านที่พักแรมพบว่า มีจำนวนที่พักทั้งสิ้น 1,069 แห่ง มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.26 และพบว่า มีโรงแรมระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 153.85 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีรายได้สูงมากขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มตลาด คาดว่าน่าจะมีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 57.78 สำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าพักในพื้นที่สามารถแยกรายสัญชาติที่เข้าพักในพัทยาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1-2 จำนวนที่พักในเมืองพัทยาจำแนกตามประเภทที่พัก (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553)

ประเภทที่พัก	จำนวน (แห่ง)
โรงแรม	517
รีสอร์ท	86
เกสต์เฮ้าส์	136
คอนโดมิเนียม	172
โฮสเทล	158
รวม	1,069

จำนวนที่พักให้เช่าที่เพิ่มขึ้นและมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักทำเลที่ตั้งและราคาเช่าห้องพัก ประกอบกับแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเมืองพัทยาที่เพิ่มมากขึ้นและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจรวมถึงการเดินทางที่สะดวกซึ่งมีผลกระทบก็เป็นบุคคลหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการกิจการที่พักประเภทต่าง ๆ ในการพัฒนาและปรับปรุงให้บริการที่พักอาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเลือกใช้บริการที่พักได้มากขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว

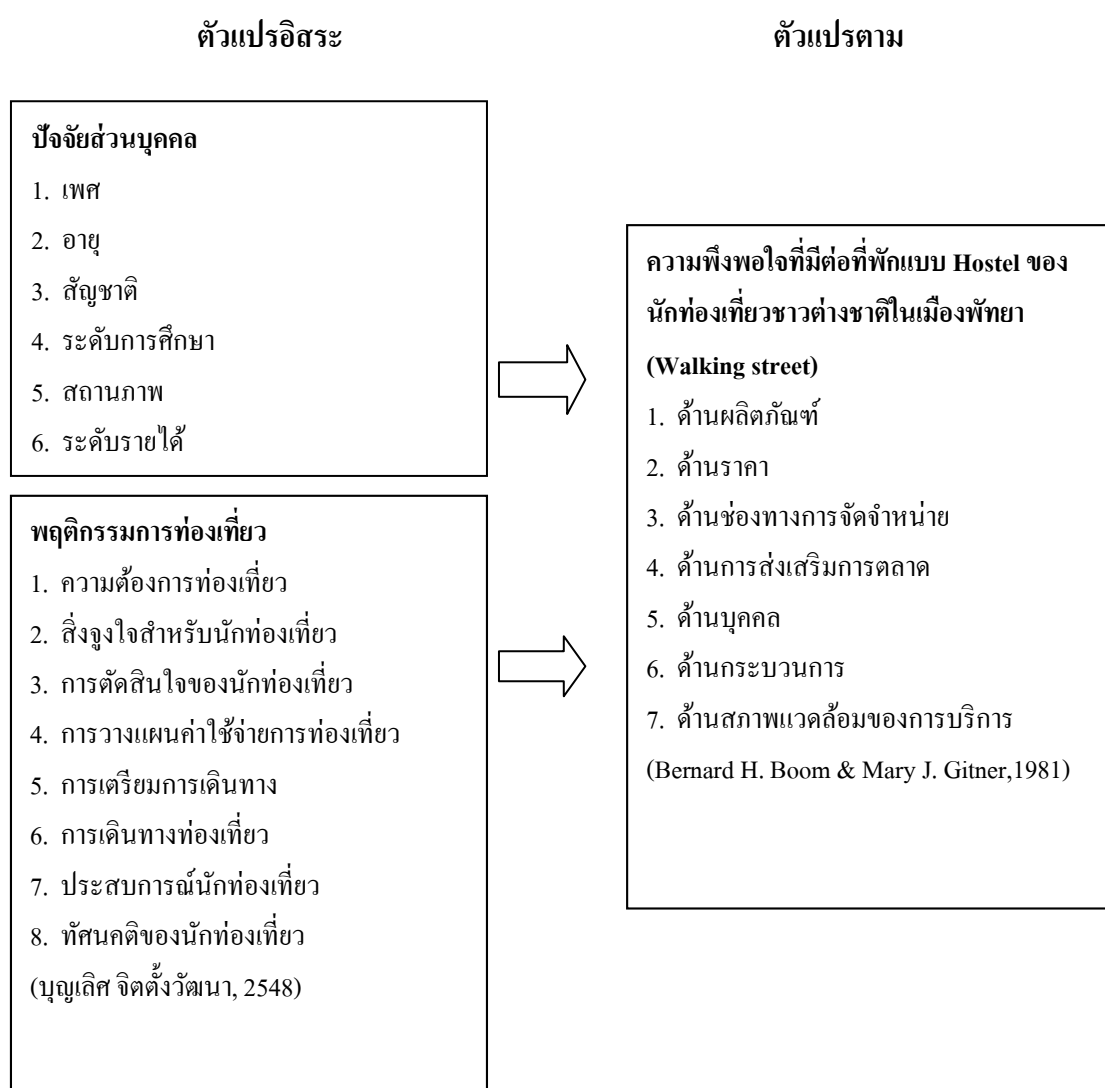
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)
3. เพื่อหาอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

## กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัททยา (Walking street) มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ทำการศึกษาคือ โฮสเทล (Hostel) พื้นที่วอล์กิ้งสตรีท จำนวน 38 แห่ง (เมืองพัททยา, 2558)

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้ 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยวสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยวทัศนคติของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัททยา (Walking street) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลด้านกระบวนการด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยนี้คือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการโฮสเทลในเมืองพัททยาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยผู้วิจัยประมาณการประชากรจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัททยาในระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 4,637,335 คน (เมืองพัททยา, 2558) เพื่อนำมาคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตของระยะเวลาในการวิจัยนี้ เริ่มต้นจากการศึกษาและรวบรวมเอกสารจัดทำเค้าโครงงานวิจัยระยะเวลา 2 เดือนตั้งแต่วันที่ 1 กันยายนถึง 31 ตุลาคม พ.ศ. 2558 ทดสอบคุณภาพเครื่องมือประมาณ 1 เดือน คือ ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลาประมาณ 1 เดือน คือ ตั้งแต่วันที่ 1-31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 และเรียบเรียงวิเคราะห์ข้อมูลจัดทำรูปเล่มแก้ไขใช้เวลาประมาณ 2 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 มกราคมถึง 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 สรุประยะเวลาในการทำวิจัยทั้งสิ้น 6 เดือน



## นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในเมืองพัทยา ประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยว สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยว

การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับ ข่าวสารการท่องเที่ยว ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal promotion) และไม่ใช่บุคคล (Non-personal selling) เข้าไปติดต่อกับลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือจำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ

ความต้องการท่องเที่ยว หมายถึง ความประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกโฮสเทล (Hostel) ในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นหรือเป็นกระบวนการที่สร้าง และกระตุ้น/ ผลักดันให้ตัดสินใจเลือกโฮสเทล (Hostel) ในพื้นที่พัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการตัดสินใจเลือกโฮสเทล (Hostel) ในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการพิจารณาตัดสินใจในปัจจุบันว่าจะทำอะไร ทำโดยใคร และทำเพื่ออะไร สำหรับการค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตในการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การเตรียมการเดินทาง หมายถึง การวางแผนเตรียมการต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ประสบการณ์นักท่องเที่ยว หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ทุก ๆ ด้านเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว หมายถึง สภาวะความพร้อมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา

ความพึงพอใจ หมายถึง ความชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ โฮสเทลเมืองพัทยา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2558

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) มีแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยวจากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประวัติศาสตร์สภาพภูมิศาสตร์ที่พิกัดคมนาคมความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวแล้วก็เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ดีๆ ไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิตเช่นเกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์เป็นต้น โดยปรกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูกการบริการได้มาตรฐานมีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยวและ Pull factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นรักษาบำรุงสุขภาพเช่นการอาบน้ำแร่การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น
2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนรวมทั้งการดำเนินชีวิตศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์เทศกาลต่าง ๆ
3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัวเช่นการเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตรการไปจาร์กแสวงบุญ เป็นต้น
4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and status motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุมการศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากเมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้นอีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุดโดยคำนึงถึงการประหยัดปลอดภัยสะดวกสบายและความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสภาพที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วยประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยากเป็นต้นจากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการ ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บกหรืออากาศ)
- จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- จะไปเที่ยวนานเท่าไร

จะไปท่องเที่ยวเพื่อทำอะไร

จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน

จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้วในขั้นนี้ผู้ที่เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยวการยืนยันการเดินทางจัดทำเอกสารการเดินทางเช่นหนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทางการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้านโดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่นานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนถึงที่พักอาหารการกินและอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นการเดินทางในครั้งต่อไปหรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่นไปให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางอาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อมผู้คนการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่คนสภาพแวดล้อมการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ
2. ไม่มีความพึงพอใจเป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่คนสภาพแวดล้อมการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism promotion) ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision making) ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for expenditure) ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel preparation) ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยวขั้นตอนที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

ทวีพงษ์ หินคำ (2541, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

ธนิยา ปัญญาแก้ว (2541, หน้า 12) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่เกี่ยวกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากงานให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จและการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วิทย์ เทียงบุญธรรม (2541, หน้า 754) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความซาบซึ้งใจ ความหน้าใจ ความจูงใจ ความแน่ใจ การชดเชย การได้บาปการแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 11) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งเป็นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่ง สิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546, หน้า 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าคุณคนมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งตรงต่อความต้องการของคุณคน จึงจะทำให้คุณคนเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของคุณคนนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

Campbell (1976 อ้างถึงใน วาณี ทองเสวด, 2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวัง หรือรู้สึกว่าจะสมควรจะได้รับ ผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นการตัดสินของแต่ละบุคคล

Domabedian (1980, อ้างถึงใน วาณี ทองเสวด, 2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง ผู้บริการประสบความสำเร็จในการทำให้สมดุลระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการให้ค่ากับความคาดหวังของผู้รับบริการ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวัง

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่าเป็นความรู้สึกของคุณคนในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

### ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้คุณคนเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้คุณคนกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตั้งเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ فروยด์

#### 1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H. Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มา

ซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

- 1.1 ความต้องการทางกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
- 1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
- 1.3 ความต้องการทางสังคม (Social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน
- 1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม
- 1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะมีผลลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือ ไม่ต้องการแม่แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

## 2. ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมติฐานว่า บุคคลมักไม่รู้ตัวมากกว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ซาริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological hedonism) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่แสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic hedonism) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่แสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ



จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical hedonism) ทรรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ

ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาดกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจำเป็นต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับจับคู่ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

Bernard H. & Mary J. (1981) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service marketing mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดในการวางแผนส่วนประสมการตลาดเริ่มต้นด้วยการกำหนดผลิตภัณฑ์โดยถือเกณฑ์ว่าลูกค้าจะพิจารณาสิ่งที่นำเสนอ 3 ประการ

1. รูปลักษณ์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
2. ส่วนประสมบริการและคุณภาพบริการ
3. ความเหมาะสมของราคาโดยพิจารณาจากเกณฑ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

การที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนรูปร่างตราหีบห่อและสิ่งที่ยืนยันให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดดำเนินไปได้สะดวกและง่ายขึ้นแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนประสมทางการตลาดก็ตามแต่เป็นตัวการสำคัญที่นักการตลาดจะต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณาเป็นอันดับแรก เพราะจะเป็นตัวที่ลูกค้าให้ความสนใจมากกว่าส่วนประสมการตลาดตัวอื่น ๆ

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel) หรือช่องทางการตลาด (Marketing channel) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์

เคลื่อนย้ายไปยังตลาดหรือหมายถึงกลุ่มบุคคลและองค์การซึ่งอำนาจการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้าการจัดจำหน่ายอาจหมายถึง โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่น่าผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายหมายถึง คือ สถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่กระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่งการคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อความ (Communicate) ให้ตลาดเป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่า ได้มีจำหน่ายที่ใดในระดับใด ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการตลาดนั้นจะผ่านโดยพนักงานขาย (Personal selling) การขายทั่วไป (Mass selling) และการส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ก็ตามผู้บริหารการตลาดจะต้องเลือกใช้วิธีต่าง ๆ เหล่านี้ที่เหมาะสมด้วยวิธีต่าง ๆ ได้แก่ โทรทัศน์วิทยุหนังสือพิมพ์แผ่นปลิวป้ายโฆษณากลางแจ้งและอื่น ๆ งานส่งเสริมการขายนี้เป็นงานสำคัญของนักบริหารการตลาดที่จะต้องกำหนดนโยบายส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ ที่ตั้งเป้าหมายไว้

ด้านราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตราราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดราคาสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อคูณกับปริมาณขายสินค้าชนิดนั้นจะทำให้เกิดรายได้จากการขายราคาจึงเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขายและนำไปสู่การสร้างกำไร ในที่สุดแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะถูกพัฒนาอย่างถูกต้องตามเป้าหมายการตลาดการจัดจำหน่ายในสถานที่และเวลาที่ถูกต้องส่งเสริมการตลาดถูกต้องแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์จะขายได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ราคาเป็นตัวกลไกที่สำคัญที่จะให้ลูกค้าสนใจและยอมรับในผลิตภัณฑ์หรือไม่การกำหนดราคานี้จะต้องให้ถูกต้องและยุติธรรมในการกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงทั้งเรื่องต้นทุนลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมายการเพิ่มหรือลดราคาตลอดจนเงื่อนไขในการขายต่างๆควบคู่กันเพราะหากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราวเมื่อใดแผนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้จะเสียหายและนำไปปฏิบัติไม่ได้แม้ราคาจะเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดแต่ก็เป็นตัวตัดสินใจที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะถ้าราคาที่กำหนดไว้เหมาะสมจะเป็นตัวที่ช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์ให้ออกสู่ตลาดหรือความต้องการของตลาดเป้าหมายได้ดีด้วย

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

ด้านบุคคล (People) พนักงานผู้ให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งพนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) องค์ประกอบด้านสถานที่, เครื่องมือ และ อุปกรณ์ที่ใช้, การแต่งกายของพนักงาน, เครื่องหมายการค้า, สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จะต้องมีคุณภาพดูแล้วเหมาะสมกลมกลืนกับภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้

ส่วนประสบการณ์ตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปานจิต มีเพียร (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเกาะเต่าจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายจากทวีปยุโรปมีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่มาพัก 3-4 วัน เลือกใช้ห้องพักประเภทเตียงคู่ราคาไม่เกิน 500 บาทต่อคืน โดยไม่มีการสำรองที่พักล่วงหน้าปัญหาที่พบในการใช้บริการส่วนใหญ่คือ ห้องน้ำไม่สะอาด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศในเกาะเต่า ผลการศึกษาโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรและการบริการมากที่สุดรองลงมาได้แก่ด้านความปลอดภัย และพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุดผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าสถานภาพสมรสภูมิฐานะที่แตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเลือกสถานที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

บุญส่ง นันททอง (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมี ภูมิฐานะในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 4,000 ดอลลาร์สหรัฐ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับคนรักระยะเวลาในการเข้าพัก 3-7 วัน ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาพักครั้งแรกเลือกเข้าพักประเภทห้องพักเตียงคู่ราคาไม่เกิน 1,000 บาท มีการจองที่พักล่วงหน้าโดยได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พักเอง โดยเลือกทำเลที่ตั้งของที่พักอยู่ติดทะเล/ ชายหาด เลือกที่พักประเภทบังกะโล นักท่องเที่ยวคาดการณ์ว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวที่เกาะลันตาอีกอาจจะเลือกที่พักเดิม ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือบริเวณที่พักทำให้มีปัญหาสุขภาพจากขยะและกลิ่น

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน เกาะลันตา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดและผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ ภูมิสำเนา และอาชีพแตกต่างกันทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัญหาในการใช้บริการที่พักพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบปัญหาการใช้บริการที่พักมากที่สุด คือ บริเวณที่พักทำให้มีปัญหาสุขภาพจากขยะและกลิ่น รองลงมาคือ ความไม่เข้าใจในการสื่อสารของพนักงานและคุณภาพการให้บริการของพนักงานตามลำดับ

พรศราร หลวงเจริญ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการสุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนมากเดินทางมาจากจังหวัดแถบภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าพักโรงแรมในระดับ 3 ดาว ซึ่งมีการรู้จักผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยจะเลือกในราคา 500-999 บาทต่อคืน มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1-3 วัน และส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนั้นนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากสภาพบรรยากาศมากที่สุด รองลงมาคือ ความปลอดภัยและความสะอาดของห้องพัก ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากรับบริการ พบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องของการอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดในด้านแหล่งที่ตั้ง ส่วนทางด้านอาหารเครื่องดื่มนั้นมีความพอใจอยู่ในเกณฑ์ที่มากที่สุด

Tat.Y.Choi and Raymond Chu. (2001) ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจในการเข้าพักโรงแรมในฮ่องกงและแนวโน้มในการกลับมาพักซ้ำในอนาคต โดยได้ศึกษาปัจจัย 7 ประการ ได้แก่ คุณภาพการบริการของพนักงาน คุณภาพห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การให้บริการทางธุรกิจ ความคุ้มค่าเงิน ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อความพึงพอใจของแขกผู้เข้าพักและแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน คุณภาพของห้องพัก และความคุ้มค่าของงาน

WaiChing Poon and Kevin Lock Teng Law. (2005) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศมาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนั้นสูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย โดยนักท่องเที่ยว

ชาวตะวันตกและชาวเอเชียให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของเงินต่อบริการที่ได้รับมาเป็นปัจจัยแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกให้ความสำคัญกับความปลอดภัยรวมทั้งอาหารและเครื่องดื่ม เป็นปัจจัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัททยา (Walking street) ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัททยา (Walking street) นี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโฮสเทลในเมืองพัททยา โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ประมาณการประชากรจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัททยาในระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 4,637,335 คน (เมืองพัททยา, 2558) เพื่อนำมาคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัททยาในช่วงระยะเวลาเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยคำนวณจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของ Yamane (1967 อ้างถึงใน สุทฤษฎี ศรีไสย์, 2551) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota sampling) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{4,637,335}{1 + 4,637,335 (0.05)^2}$$

$$n = 399.96$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 399.96 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการคำนวณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด โดยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) โดยการกำหนดสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่ใช้บริการที่พักแบบ Hostel จำนวน 20 แห่ง ๆ ละ 20 คน จากทั้งหมด 38 แห่ง ซึ่งจะเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามโดยการนำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การตัดสินใจมาใช้ในการตั้งคำถาม ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามตามตัวแปรที่ศึกษาจากกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

โครงสร้างแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีข้อคำถามแบบปลายปิดแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยว สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ทศนคติของนักท่องเที่ยว จำนวน 36 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ จำนวน 28 ข้อ

โดยเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การวัด	ระดับคะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์คะแนนดังนี้ (กลยุทธ์วิทยากรมย์, 2550, หน้า 38 อ้างถึงใน นกตล กุสะโล, 2554, หน้า 29-30)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายในแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยน้อยที่สุด

**ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ**



ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำทฤษฎีเหล่านั้นมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. เขียนข้อคำถามเพื่อเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโฮสเทลในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเมืองพัทยา ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเป็นฉบับร่างไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำกลับไปแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องสมบูรณ์ต่อไป
4. นำแบบทดสอบที่ได้ไปทดลองใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตอนที่ 2-3 โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) ตามวิธีของ Cronbach

#### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและนำไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริงการหาความตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ธีมัตตรี ศิริโชค
2. ดร.สุชนิ เมธิโยธิน
3. ดร.ปวีณา หมคราคี

โดยใช้สูตรดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 141-142)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทนดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหา

$\sum R$  แทนผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน

N แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ความหมายของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 141)

ถ้าเห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ 1 คะแนน

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้องไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ -1 คะแนน

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ 0 คะแนน

การแปลความหมายของค่า IOC (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 142)

ถ้าได้ค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงตามเนื้อหา

ถ้าได้ค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หรือค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความตรง

ข้อคำถามทุกข้อผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่ได้ตรวจสอบและเห็นว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละลักษณะที่ต้องการวัด ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหารายชื่อ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่ Walking street เมืองพัทยา จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows หาความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ Nunnally (1978) ได้นำเสนอ ดังนี้

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยโดยการสำรวจ (Survey research)

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic research)

ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important research)

สำหรับการหาความเชื่อถือได้แต่ละแบบเป็นการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ซึ่งเป็นตัวเลขที่อยู่ในรูปทศนิยมมีค่าไม่เกิน 1.00 การแปลความหมายค่าความน่าเชื่อถือ (พรรรณี ลีกิจวัฒน์, 2553) ใช้เกณฑ์ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

ค่าความเชื่อถือได้	ระดับความเชื่อถือได้	การนำไปใช้
0.80-1.00	สูงมาก	ใช้ได้ดีมาก
0.70-0.79	สูง	ใช้ได้ดี
0.50-0.69	ปานกลาง	พอใช้
0.30-0.49	ต่ำ	ควรปรับปรุง
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำมาก	ใช้ไม่ได้

คำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการใช้อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยค่า  $\alpha$  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 โดยค่าที่ใกล้เคียง 1 มากที่สุด แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.92

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลดังต่อไปนี้

#### 1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

1.1 ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลไปยังโฮสเทลในพื้นที่ Walking street เมืองพัทยา โดยหนังสือออกจากคณะวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

1.2 ผู้วิจัยเข้าไปยังพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปฝากไว้กับพนักงานต้อนรับของโฮสเทลในพื้นที่ Walking street เมืองพัทยา ซึ่งผู้วิจัยได้ฝึกอบรมเตรียมความเข้าใจในตัวแบบสอบถามให้แก่พนักงานทุกคนที่เก็บรวบรวมในครั้งนี้ทำความเข้าใจข้อความในแบบสอบถาม เพื่อให้เข้าใจตรงกัน โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.3 กำหนดเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับพนักงาน โดยจะเก็บรวบรวมแบบสอบถามในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2558

1.4 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมด และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความ ตำรา และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. การประมวลผลนำข้อมูลที่ได้ทำการลงรหัสแล้วมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้ในการพรรณนาข้อมูลตัวแปรด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างและทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยโดยใช้สถิติ F-test

2.2 อิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) โดยการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis: MRA) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ผู้วิจัยได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา
3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา
4. การตัดสินใจเลือกโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา
5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการศึกษานี้ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความสะดวกและเพื่อความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและแปลความหมาย ดังนี้

$\bar{X}$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูล
SD	หมายถึง ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานหรือค่าการกระจายของข้อมูล
SS	หมายถึง ผลรวมของส่วนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of squares)
MS	หมายถึง ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน (Mean of squares)
t	หมายถึง ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ t)
F	หมายถึง ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F)
df	หมายถึง ระดับขั้นแห่งความอิสระ (Degree of freedom)
Sig	หมายถึง ความน่าจะเป็นของค่าสถิติทดสอบ
P-value	หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐาน
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หาคูณ
R Square	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
Adjusted R Square	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Std. Error	แทนค่า ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล
$H_0$	หมายถึง สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
$H_1$	หมายถึง สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

### ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระดับรายได้ โดยหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	223	58.70
หญิง	157	41.30
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-1 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.70 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 41.30

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
26-30 ปี	75	19.70
31-35 ปี	112	29.50
36-40 ปี	97	25.50
41-45 ปี	60	15.80
46-50 ปี	36	9.50
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมามีอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีอายุ 26-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 19.70 มีอายุ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.80 และมีอายุ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
รัสเซีย	109	28.70
อเมริกัน	126	33.20
เกาหลี	96	25.30
อินเดีย	49	12.90
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-3 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามมีสัญชาติอเมริกัน คิดเป็นร้อยละ 33.20 รองลงมา รัสเซีย คิดเป็นร้อยละ 28.70 เกาหลี 25.30 และอินเดีย คิดเป็นร้อยละ 12.90 ตามลำดับ



ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	18.90
ปริญญาตรี	204	53.70
ปริญญาโท	104	27.40
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมา มีระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 27.40 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
หย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่	103	27.10
โสด	197	51.80
สมรส	80	21.10
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมา มีสถานภาพหย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 27.10 และมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 21.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
จำแนกตามระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 USD	141	37.10
501 USD-1,000 USD	119	31.30
1,001 USD-1,500 USD	47	12.40
1,501 USD ขึ้นไป	73	19.20
รวม	380	100.00

จากตารางที่ 4-6 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีระดับรายได้ไม่เกิน 500 USD คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมา มีระดับรายได้ 501 USD-1,000 USD คิดเป็นร้อยละ 31.30 มีระดับรายได้ 1,501 USD ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.20 และมีระดับรายได้ 1,001 USD-1,500 USD คิดเป็นร้อยละ 12.40 ตามลำดับ

#### พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ซึ่งประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวความต้องการท่องเที่ยวสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา

ด้านที่	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ความต้องการท่องเที่ยว	4.307	1.197	มากที่สุด	2
2	สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว	4.289	1.095	มากที่สุด	3
3	การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	4.310	1.095	มากที่สุด	1
4	การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว	4.190	.720	มาก	5
5	การเตรียมการเดินทาง	4.139	.739	มาก	7
6	การเดินทางท่องเที่ยว	4.271	.697	มากที่สุด	4
7	ประสบการณ์นักท่องเที่ยว	4.049	.776	มาก	8
8	ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	4.146	.723	มาก	6
รวม		4.212	.880	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-7 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.212$ ) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน และระดับมาก 4 ด้าน โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.310$ ) ด้านความต้องการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.307$ ) และสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.289$ ) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.049$ )

ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมท่งเที่ยวด้านความต้องการท่องเที่ยว

ข้อที่	ความต้องการท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมท่งเที่ยว			ลำดับ
		$\bar{X}$	(SD)	ระดับ	
1	เพื่ออยากเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อต้องการได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ	4.160	.717	มาก	4
2	เพื่อเพิ่มพูนหาประสบการณ์ที่แตกต่างและแปลกใหม่	4.418	2.698	มากที่สุด	1
3	ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยสนใจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่าง ๆ	4.318	.705	มากที่สุด	3
4	ความน่าสนใจของค่าครองชีพและมาตรฐานการให้บริการ	4.334	.670	มากที่สุด	2
รวม		4.307	1.197	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-8 พบว่า พฤติกรรมท่งเที่ยว ด้านความต้องการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.307$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ระดับมาก 1 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) เพื่อเพิ่มพูนหาประสบการณ์ที่แตกต่างและแปลกใหม่ ( $\bar{X} = 4.418$ ) 2) ความน่าสนใจของค่าครองชีพและมาตรฐานการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.334$ ) และ 3) ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยสนใจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่าง ๆ ( $\bar{X} = 4.318$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสิ่งจูงใจ  
สำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อที่	สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		$\bar{X}$	(SD)	ระดับ	
1	ที่พักผ่อนทำกิจกรรม เช่น การอาบน้ำแร่/ กิจกรรม	4.231	.696	มากที่สุด	4
2	สถานที่ทางวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ กีฬา ประวัติศาสตร์ เทศกาล	4.234	.650	มากที่สุด	3
3	การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อนและการไป จาริกแสวงบุญ	4.336	.683	มากที่สุด	2
4	ความมีชื่อเสียง และสถานภาพทางด้านความ ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.421	2.681	มากที่สุด	1
5	ความต้องการพัฒนากระดับตัวเอง เช่น เข้าร่วม ประชุมศึกษาต่อต่างประเทศ	4.223	.765	มากที่สุด	5
รวม		4.289	1.095	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-9 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.289$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ความมีชื่อเสียง และสถานภาพทางด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.421$ ) 2) การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อน และการไปจาริกแสวงบุญ ( $\bar{X} = 4.336$ ) และ 3) สถานที่ทางวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ กีฬา ประวัติศาสตร์ เทศกาล ( $\bar{X} = 4.234$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ข้อที่	การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ได้มีการบริหารจัดการในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนและจะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่	4.197	.685	มาก	4
2	การเลือกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวโดยทางใด เช่น ทางบกหรืออากาศ	4.276	.726	มากที่สุด	3
3	มีการกำหนดผู้ร่วมเดินทางในการเดินทางว่าเป็นใคร	4.168	.721	มาก	5
4	มีการเลือกโปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร และจะไปพักสถานที่ไหน	4.450	2.703	มากที่สุด	2
5	มีการกำหนดวันเวลาที่จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน	4.463	.642	มากที่สุด	1
รวม		4.310	1.095	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-10 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.310$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ และระดับมาก 2 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีการกำหนดวันเวลา ที่จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน ( $\bar{X} = 4.463$ ) 2) มีการเลือกโปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร และจะไปพักสถานที่ไหน ( $\bar{X} = 4.450$ ) และ 3) การเลือกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวโดยทางใด เช่น ทางบกหรืออากาศ ( $\bar{X} = 4.276$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

ข้อที่	การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าเดินทาง	4.189	.693	มาก	2
2	ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล	4.131	.729	มาก	3
3	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	4.252	.740	มากที่สุด	1
รวม		4.190	.720	มาก	

จากตารางที่ 4-11 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.190$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 2 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก ( $\bar{X} = 4.252$ ) 2) ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าเดินทาง ( $\bar{X} = 4.189$ ) และ 3) ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ( $\bar{X} = 4.131$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการเตรียมการเดินทาง

ข้อที่	การเตรียมการเดินทาง	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	การจัดเตรียมหนังสือเดินทาง (Passport)	4.210	.739	มากที่สุด	1
2	การจัดเตรียมหนังสือการอนุญาตเข้าประเทศ (Visa)	4.192	.713	มาก	2
3	การจัดเตรียมเสื้อผ้าของใช้จำเป็นในการเดินทาง	4.121	.789	มาก	3
4	จัดเตรียมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.110	.717	มาก	4
5	การเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจ	4.063	.738	มาก	5
รวม		4.139	.739	มาก	

จากตารางที่ 4-12 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเตรียมการเดินทางในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.139$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) การจัดเตรียมหนังสือเดินทาง (Passport) ( $\bar{X} = 4.210$ ) 2) การจัดเตรียมหนังสือการอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) ( $\bar{X} = 4.192$ ) และ 3) การจัดเตรียมเสื้อผ้าของใช้จำเป็นในการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.121$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อที่	การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ยานพาหนะใช้ในการเดินทาง เช่น ด้วยรถโดยสารบริการเครื่องบิน รถส่วนตัว	4.202	.725	มากที่สุด	5
2	แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายน่าสนใจ	4.289	.697	มากที่สุด	3
3	สถานที่พักที่สะดวกสบาย ปลอดภัย และหาง่าย เช่น โรงแรม บ้านพัก	4.234	.730	มากที่สุด	4
4	มีร้านอาหาร อาหารการกินที่หลากหลาย สะอาดสะดวกสบายหาง่าย	4.323	.660	มากที่สุด	1
5	อากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยว	4.310	.676	มากที่สุด	2
รวม		4.271	.697	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-13 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.271$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีร้านอาหาร อาหารการกินที่หลากหลาย สะอาดสะดวกสบายหาง่าย ( $\bar{X} = 4.323$ ) 2) อากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.310$ ) และ 3) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายน่าสนใจ ( $\bar{X} = 4.289$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4-14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวด้าน  
ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว

ข้อที่	ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ เช่น สถานที่	4.197	.704	มาก	1
2	มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสวยงาม ผู้คนมีอัธยาศัยดี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.034	.825	มาก	2
3	การบริการตามสถานที่ต่าง ๆ ตรงต่อ เวลา สะดวกมีความรวดเร็วทันใจ	4.007	.777	มาก	3
4	สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทาง เช่น ด้านบุคคล กระบวนการ	3.960	.799	มาก	4
รวม		4.049	.776	มาก	

จากตารางที่ 4-14 พบว่า พฤติกรรมทางท่องเที่ยว ด้านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.049$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ เช่น สถานที่ ( $\bar{X} = 4.197$ ) 2) มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสวยงาม ผู้คนมีอัธยาศัยดี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ( $\bar{X} = 4.034$ ) และ 3) การบริการตามสถานที่ต่าง ๆ ตรงต่อเวลา สะดวกมีความรวดเร็วทันใจ ( $\bar{X} = 4.007$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านทัศนคติ  
เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อที่	ทัศนคติเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว	ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยว			ลำดับ
		$\bar{X}$	(SD)	ระดับ	
1	กระบวนการให้บริการ เช่น พนักงาน ต้อนรับในโฮสเทล การให้ข้อมูลข่าวสาร ของมัคคุเทศก์ หรือการบรรยายแก่ นักท่องเที่ยว	3.992	.767	มาก	6
2	ผู้คน เช่น พนักงานบริษัทนำเที่ยว เจ้าหน้าที่ของ พิพิธภัณฑ์และแหล่ง ท่องเที่ยวเป็นต้น	3.994	.768	มาก	5
3	แหล่งท่องเที่ยว ที่มีความสวยงามและ หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางด้าน วัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์	4.192	.675	มาก	4
4	สภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด	4.281	.671	มากที่สุด	1
5	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความ สวยงาม และ บรรยากาศของโฮสเทล	4.197	.737	มาก	3
6	ความสะอาด ปลอดภัย และมีความ สมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.221	.721	มากที่สุด	2
รวม		4.146	.723	มาก	

จากตารางที่ 4-15 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเดินทาง  
ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.146$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด  
2 ข้อ และระดับมาก 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) สภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด ( $\bar{X} = 4.281$ )  
2) ความสะอาด ปลอดภัย และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ( $\bar{X} = 4.221$ ) และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก  
เช่น ความสวยงาม และบรรยากาศของโฮสเทล ( $\bar{X} = 4.197$ ) ตามลำดับ

## ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4-16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ข้อที่	ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.164	.758	มาก	5
2	ด้านราคา	4.216	.705	มากที่สุด	1
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.168	.734	มาก	4
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.213	.711	มากที่สุด	2
5	ด้านบุคคล	4.184	.718	มาก	3
6	ด้านกระบวนการ	4.080	.798	มาก	6
7	ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	4.058	.797	มาก	7
	รวม	4.154	.745	มาก	

จากตารางที่ 4-16 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.154$ ) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ระดับมาก 5 ด้าน โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ด้านราคา ( $\bar{X}=4.216$ ) 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}=4.213$ ) และ 3) ด้านบุคคล ( $\bar{X}=4.184$ ) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ( $\bar{X}=4.058$ )

ตารางที่ 4-17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อที่	ผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ	4.200	.745	มาก	1
2	มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	4.131	.781	มาก	4
3	ความสะอาดของห้องพัก	4.173	.822	มาก	2
4	ขนาดของห้องพัก	4.155	.685	มาก	3
รวม		4.164	.758	มาก	

จากตารางที่ 4-17 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.164$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ( $\bar{X} = 4.200$ ) 2) ความสะอาดของห้องพัก ( $\bar{X} = 4.173$ ) และ 3) ขนาดของห้องพัก ( $\bar{X} = 4.155$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านราคา

ข้อที่	ราคา	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	อัตราค่าห้องพักมีหลายระดับราคาให้เลือกในการเข้าพัก	4.128	.742	มาก	4
2	ราคาคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	4.205	.708	มากที่สุด	3
3	ราคาค่าบริการมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	4.300	.661	มากที่สุด	1
4	ความสามารถในการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และเงินตราสกุลต่าง ๆ เช่น ลาว (กีบ) ไทย (บาท) จีน (หยวน) และ ดอลลาร์สหรัฐ	4.234	.712	มากที่สุด	2
รวม		4.216	.705	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-18 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.216$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ และระดับมาก 1 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ราคาค่าบริการมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ( $\bar{X} = 4.300$ ) 2) ความสามารถในการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และเงินตราสกุลต่าง ๆ เช่น ลาว (กีบ) ไทย (บาท) จีน (หยวน) และดอลลาร์สหรัฐ ( $\bar{X} = 4.234$ ) และ 3) ราคา/คุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 4.205$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อที่	ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	การติดต่อตัวแทนจองห้องพักสะดวก	4.150	.701	มาก	4
2	ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์	4.181	.720	มาก	2
3	ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านพนักงานต้อนรับ	4.184	.742	มาก	1
4	ยืนยันการจองห้องพักได้ง่ายโดยทาง FAX/ INTERNET	4.157	.776	มาก	3
<b>รวม</b>		<b>4.168</b>	<b>.734</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4-19 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.412$ ) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านพนักงานต้อนรับ ( $\bar{X} = 4.184$ ) 2) ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์ ( $\bar{X} = 4.181$ ) และ 3) ยืนยันการจองห้องพักได้ง่ายโดยทาง FAX/ INTERNET ( $\bar{X} = 4.157$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อที่	การส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	การให้ส่วนลดราคาห้องพัก	4.186	.761	มาก	3
2	การประชาสัมพันธ์ของโฮสเทลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ	4.244	.670	มากที่สุด	1
3	สามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนขายของโฮสเทลได้โดยผ่านทางเว็บไซต์	4.210	.702	มากที่สุด	2
รวม		4.213	.711	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4-20 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.213$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ และระดับมาก 1 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) การประชาสัมพันธ์ของโฮสเทลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ ( $\bar{X} = 4.244$ ) 2) สามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนขายของโฮสเทลได้โดยผ่านทางเว็บไซต์ ( $\bar{X} = 4.210$ ) และ 3) การให้ส่วนลดราคาห้องพัก ( $\bar{X} = 4.186$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านบุคคล

ข้อที่	บุคคล	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	พนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ	4.234	.708	มากที่สุด	1
2	ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	4.173	.727	มาก	3
3	พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ	4.105	.740	มาก	4
4	ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	4.226	.697	มากที่สุด	2
รวม		4.184	.718	มาก	

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.184$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ และระดับมาก 2 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) พนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ ( $\bar{X} = 4.234$ ) 2) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X} = 4.226$ ) และ 3) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ( $\bar{X} = 4.173$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 4-22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านกระบวนการ

ข้อที่	กระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	มีการกำหนดขั้นตอนการขอเช่าและระเบียบในการเข้าพักอาศัยอย่างชัดเจน	4.123	.750	มาก	1
2	มีเทคนิคและเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย	4.089	.780	มาก	2
3	มีกระบวนการให้บริการที่ดีต่อเนื่องไม่ล่าช้า เช่น การรับแจ้งซ่อมอุปกรณ์ในโฮสเทล	4.052	.836	มาก	5
4	มีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติมด้านบริการของผู้เช่าห้องพัก	4.065	.830	มาก	4
5	มีการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้ให้เช่าห้องพัก	4.071	.794	มาก	3
รวม		4.080	.798	มาก	

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.080$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีการกำหนดขั้นตอนการขอเช่าและระเบียบในการเข้าพักอาศัยอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 4.123$ ) 2) มีเทคนิคและเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย ( $\bar{X} = 4.089$ ) และ 3) มีการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้ให้เช่าห้องพัก ( $\bar{X} = 4.701$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ

ข้อที่	สภาพแวดล้อมของการบริการ	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
		( $\bar{X}$ )	(SD)	ระดับ	
1	ทุกห้องมีเหล็กคัต และกุญแจถือค้อย่างหนาแน่น	4.018	.770	มาก	4
2	สภาพสิ่งแวดลอมของโฮสเทลดี อากาศถ่ายเทสะดวก	4.044	.815	มาก	3
3	บริเวณรอบโฮสเทลไม่มีเสียงดังรบกวน	4.078	.824	มาก	2
4	มีทางหนีไฟและถังดับเพลิงทุกชั้น	4.092	.782	มาก	1
รวม		4.058	.797	มาก	

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.058$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีทางหนีไฟและถังดับเพลิงทุกชั้น ( $\bar{X} = 4.092$ ) 2) บริเวณรอบโฮสเทลไม่มีเสียงดังรบกวน ( $\bar{X} = 4.078$ ) และ 3) สภาพสิ่งแวดลอมของโฮสเทลดี อากาศถ่ายเทสะดวก ( $\bar{X} = 4.044$ ) ตามลำดับ

### การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1:** ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน โดยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พัก  
แบบ Hostel

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-value	F-prob
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.838	4	0.959	3.954**	0.004
	ภายในกลุ่ม	90.988	375	0.243		
	รวม	94.825	379			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.466	4	1.117	4.752**	0.001
	ภายในกลุ่ม	88.123	375	0.235		
	รวม	92.589	379			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.532	4	0.133	0.544	0.704
	ภายในกลุ่ม	91.814	375	0.245		
	รวม	92.346	379			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.574	4	0.394	1.528	0.193
	ภายในกลุ่ม	96.573	375	0.258		
	รวม	98.147	379			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.716	4	0.429	1.683	0.153
	ภายในกลุ่ม	95.609	375	0.255		
	รวม	97.325	379			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.224	4	0.306	1.100	0.357
	ภายในกลุ่ม	104.352	375	0.278		
	รวม	105.576	379			
ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.510	4	0.128	0.397	0.811
	ภายในกลุ่ม	120.499	375	0.321		
	รวม	121.010	379			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.67823	4	0.170	2.711**	0.030
	ภายในกลุ่ม	.446	375	0.063		
	รวม	24.124	379			

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-24 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ในภาพรวม พบว่า ค่า F-prob เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตาราง 4-25

ตารางที่ 4-25 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านผลิตภัณฑ์ กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

อายุของ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติใน เมืองพัทยา (Walking street)	ผลต่างของความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel						สรุปค่าเฉลี่ยรายคู่
	$\bar{X}$	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	
26-30 ปี	4.296	-	0.247*	0.178*	0.088	-0.008	(1,2), (1,3)
31-35 ปี	4.049	-	-	-0.069	-0.159*	-0.256*	(2,4), (2,5)
36-40 ปี	4.118	-	-	-	-0.089	-0.187	
41-45 ปี	4.208	-	-	-	-	-0.097	
46-50 ปี	4.305	-	-	-	-	-	

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-25 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านผลิตภัณฑ์ กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 26-30 ปี, 31-35 ปี และ 46-50 ปี พบว่า มีค่า F-prob น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 26-30 ปี จะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 31-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.247, น้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน

เมืองพัทยา (Walking street) 36-40 ปี โดยผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.178 และพบว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 31-35 ปี จะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 41-45 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.159 และน้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 46-50 ปี โดยผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.256

ตารางที่ 4-26 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคา กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

อายุของ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติใน เมืองพัทยา (Walking street)	ผลต่างของความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel						สรุปค่าเฉลี่ย รายคู่
	$\bar{X}$	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	46-50 ปี	
26-30 ปี	4.353	-	0.230*	0.232*	-0.001	0.096	(1,2), (1,3)
31-35 ปี	4.122	-	-	0.002	-0.231*	-0.134	(2,4)
36-40 ปี	4.121	-	-	-	-0.233*	-0.135	(3,4)
41-45 ปี	4.354	-	-	-	-	0.097	
46-50 ปี	4.256	-	-	-	-	-	

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-26 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคา กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 26-30 ปี, 31-35 ปี และ 41-45 ปี พบว่า มีค่า F-prob น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 26-30 ปี จะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคาน้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 31-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.230, น้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 36-40 ปี โดยผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.232 พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 31-35 ปี จะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคาน้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 41-45 ปี โดยมี

ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.231 และพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 3-40 ปี จะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ด้านราคาน้อยกว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 41-45 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.233

สมมติฐานที่ 1.2 สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน โดยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ  
Hostel

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-value	F-prob
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.176	3	0.059	0.233	0.874
	ภายในกลุ่ม	94.650	376	0.252		
	รวม	94.825	379			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.185	3	0.395	1.624	0.183
	ภายในกลุ่ม	91.404	376	0.243		
	รวม	92.589	379			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.248	3	0.083	0.337	0.798
	ภายในกลุ่ม	92.098	376	0.245		
	รวม	92.346	379			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.701	3	0.234	0.901	0.441
	ภายในกลุ่ม	97.447	376	0.259		
	รวม	98.147	379			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.390	3	0.130	0.504	0.680
	ภายในกลุ่ม	96.936	376	0.258		
	รวม	97.325	379			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.284	3	0.428	1.543	0.203
	ภายในกลุ่ม	104.392	376	0.277		
	รวม	105.576	379			
ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.428	3	0.143	0.445	0.721
	ภายในกลุ่ม	120.582	376	0.321		
	รวม	121.010	379			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.24923	3	0.083	1.305	0.273
	ภายในกลุ่ม	.876	376	0.063		
	รวม	24.124	379			

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-27 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ในภาพรวม พบว่าค่า F-prob เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน โดยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน



ตารางที่ 4-28 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่  
พักแบบ Hostel

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-value	F-prob
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.885	2	0.443	1.776	0.171
	ภายในกลุ่ม	93.940	377	0.249		
	รวม	94.825	379			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.637	2	0.318	1.305	0.272
	ภายในกลุ่ม	91.952	377	0.244		
	รวม	92.589	379			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.563	2	0.281	1.155	0.316
	ภายในกลุ่ม	91.783	377	0.243		
	รวม	92.346	379			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.505	2	0.253	0.976	0.378
	ภายในกลุ่ม	97.642	377	0.259		
	รวม	98.147	379			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.305	2	0.153	0.593	0.553
	ภายในกลุ่ม	97.020	377	0.257		
	รวม	97.325	379			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.378	2	0.689	2.493	0.084
	ภายในกลุ่ม	104.198	377	0.276		
	รวม	105.576	379			
ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.200	2	0.100	0.312	0.732
	ภายในกลุ่ม	120.810	377	0.320		
	รวม	121.010	379			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.43823	2	0.219	3.489*	0.032
	ภายในกลุ่ม	.686	377	0.063		
	รวม	24.124	379			

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-28 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ในภาพรวม พบว่าค่า F-prob เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกันเมื่อนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้การทดสอบ Least significant difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าไม่มีคู่ใดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน โดยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ  
Hostel

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-value	F-prob
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.007	2	0.004	0.015	0.986
	ภายในกลุ่ม	94.818	377	0.252		
	รวม	94.825	379			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.354	2	0.177	0.724	0.485
	ภายในกลุ่ม	92.235	377	0.245		
	รวม	92.589	379			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.238	2	0.119	0.488	0.615
	ภายในกลุ่ม	92.108	377	0.244		
	รวม	92.346	379			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.744	2	0.372	1.439	0.238
	ภายในกลุ่ม	97.404	377	0.258		
	รวม	98.147	379			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	0.111	2	0.056	0.216	0.806
	ภายในกลุ่ม	97.214	377	0.258		
	รวม	97.325	379			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.587	2	0.294	1.055	0.349
	ภายในกลุ่ม	104.988	377	0.278		
	รวม	105.576	379			
ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.438	2	0.719	2.267	0.105
	ภายในกลุ่ม	119.572	377	0.317		
	รวม	121.010	379			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.09024	2	0.045	0.702	0.496
	ภายในกลุ่ม	.035	377	0.064		
	รวม	24.124	379			

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-29 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ในภาพรวม พบว่าค่า F-prob เท่ากับ 0.496 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน โดยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังนี้

$H_0$ : ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-30 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ  
Hostel

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-value	F-prob
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.206	3	0.402	1.614	0.186
	ภายในกลุ่ม	93.620	376	0.249		
	รวม	94.825	379			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.117	3	0.039	0.159	0.924
	ภายในกลุ่ม	92.472	376	0.246		
	รวม	92.589	379			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.511	3	0.170	0.698	0.554
	ภายในกลุ่ม	91.835	376	0.244		
	รวม	92.346	379			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.712	3	0.571	2.225	0.085
	ภายในกลุ่ม	96.435	376	0.256		
	รวม	98.147	379			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	1.571	3	0.524	2.057	0.106
	ภายในกลุ่ม	95.754	376	0.255		
	รวม	97.325	379			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.599	3	0.200	0.715	0.544
	ภายในกลุ่ม	104.977	376	0.279		
	รวม	105.576	379			
ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.090	3	0.697	2.203	0.087
	ภายในกลุ่ม	118.920	376	0.316		
	รวม	121.010	379			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.207	3	0.069	1.085	0.355
	ภายในกลุ่ม	23.917	376	0.064		
	รวม	24.124	379			

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4-30 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ในภาพรวม พบว่าค่า F-prob เท่ากับ 0.496 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination:  $R^2$ ) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการวิเคราะห์ความถดถอยด้วยวิธี Enter และแสดงออกมาเป็น Model ของสมการทำนาย

ในการวิเคราะห์กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพิจารณาเงื่อนไขการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานดังนี้

1. หากค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรมมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจะยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และจะปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ )
2. หากค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรมมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

การแปลความหมายการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนายจะแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ดังนี้

R square มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระชุดนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก

R square มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระชุดนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย โดยที่การแปลความหมายค่า R square จะใช้เกณฑ์เดียวกับการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังนี้ (อุบล สุวรรณศรี, 2549, หน้า 64)

- |           |   |
|-----------|---|
| 1.00      | หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์   |
| 0.80-0.99 | หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างสูง       |
| 0.60-0.79 | หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง    |
| 0.40-0.59 | หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง |
| 0.20-0.39 | หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ    |
| 0.00-0.19 | หมายความว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน            |

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

$H_0$ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

$H_1$ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ตารางที่ 4-31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ เพื่อหาอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) (n= 380)

Model	Unstandardized		Standardized	t-	t-	Collinearity	
	coefficients		coefficients	value	prob	statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	4.408	0.259		17.040	0.000*		
X <sub>1</sub>	0.015	0.016	0.047	0.945	0.345	0.984	1.016
X <sub>2</sub>	-0.015	0.019	-0.040	-0.793	0.429	0.961	1.040
X <sub>3</sub>	0.025	0.020	0.062	1.235	0.218	0.963	1.038
X <sub>4</sub>	-0.046	0.027	-0.087	-1.667	0.096	0.881	1.135
X <sub>5</sub>	-0.067	0.032	-0.112	-2.076	0.039*	0.828	1.207
X <sub>6</sub>	0.012	0.032	0.019	0.360	0.719	0.914	1.094
X <sub>7</sub>	-0.107	0.027	-0.204	-3.977	0.000*	0.918	1.089
X <sub>8</sub>	0.118	0.032	0.187	3.663	0.000*	0.926	1.080
r	0.324						
R <sup>2</sup>	0.105						
R <sup>2</sup> <sub>Adj</sub>	0.086						
F-value, F-prop	5.457	0.000*					
Durbin-Watson	1.523						

\* แทนนัยสำคัญที่ 0.05

ตัวแปรตามหรือตัวถูกพยากรณ์ คือ ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ตัวแปรอิสระหรือตัวพยากรณ์ Predictors: (Constant) คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการท่องเที่ยว ( $X_1$ ), สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ( $X_2$ ), การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ( $X_3$ ), การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ( $X_4$ ), การเตรียมการเดินทาง ( $X_5$ ), การเดินทางท่องเที่ยว ( $X_6$ ), ประสบการณ์นักท่องเที่ยว ( $X_7$ ), ทักษะคตินักท่องเที่ยว ( $X_8$ )

จากตารางที่ 4-31 การทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ดังนี้

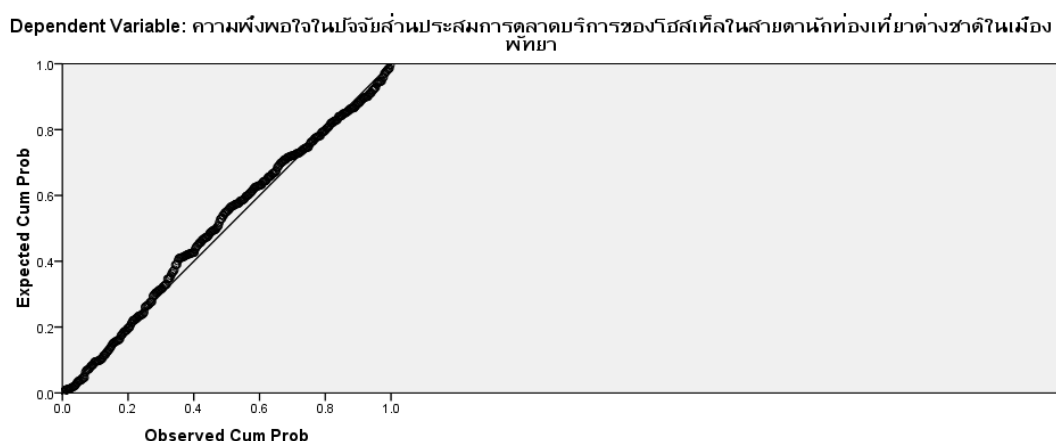
### 1. ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด

1.1 ตัวแปรตามหรือตัวถูกพยากรณ์คือ ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) และตัวแปรอิสระหรือตัวพยากรณ์คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้าน อยู่ในมาตราอันตรภาคชั้น

1.2 ความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ได้ค่าเท่ากับ 1 รายข้ออยู่ในช่วง 1 ซึ่งหมายถึง ข้อคำถามมีความตรงในเชิงเนื้อหา ครอบคลุม ในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.92 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

### 2. ตัวแปรมีการแจกแจงปกติ

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



ภาพที่ 4-1 กราฟแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

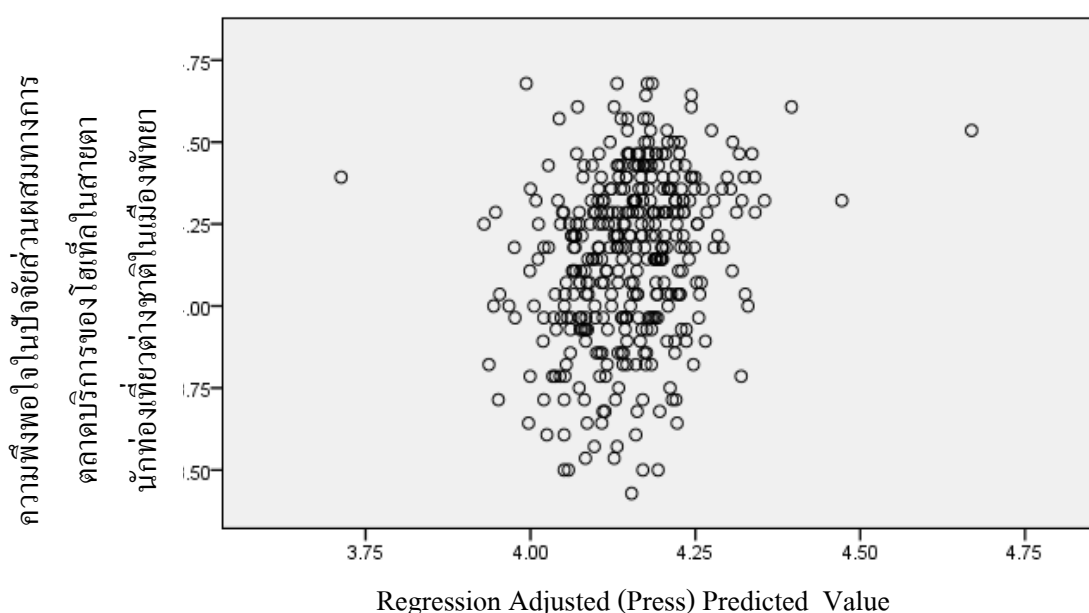


### 3. คุณสมบัติของความคลาดเคลื่อน

3.1 จากภาพที่ 4-2 พบว่า ความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนกระจายตัวอยู่รอบ ๆ ศูนย์แสดงว่าความแปรปรวนมีค่าคงที่

3.2 ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson ได้ค่าเท่ากับ 1.844 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่มีปัญหา ค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

Dependent variable: ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการของโฮเทลในสายต่านักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา



ภาพที่ 4-2 กราฟแสดงความแปรปรวนของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวรายด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

### 4. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity)

4.1 ค่า Tolerance ได้ค่าเท่ากับ 0.984, 0.961, 0.963, 0.881, 0.828, 0.914, 0.918 และ 0.926 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง และแสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน

Multicollinearity

4.2 ค่า VIF ได้ค่าเท่ากับ 1.016, 1.040, 1.038, 1.135, 1.207, 1.094, 1.089 และ 1.080 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง และแสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน

Multicollinearity

จากผลการทดสอบเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า อยู่ในเงื่อนไข ซึ่งเป็นไปตาม ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) จากตารางที่ 4-31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวราย ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน ( $r = 0.324$ ) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้าน สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ได้ร้อยละ 10.5  $R^2 = 0.105$  อีก ร้อยละ 89.50 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาโดยเรียงตามระดับความสัมพันธ์ของกลุ่ม ตัวแปรอิสระต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ได้ดังนี้

ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.118 หน่วย

ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.025 หน่วย

ด้านความต้องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.015 หน่วย

ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.012 หน่วย

ด้านสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.015 หน่วย

ด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.046 หน่วย

ด้านการเตรียมการเดินทางเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น -0.067 หน่วย

ด้านประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น -0.107 หน่วย

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ในรูปคะแนนดิบหรือค่าจริง ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 4.408 + 0.015x_1 - 0.015x_2 + 0.025x_3 - 0.046x_4 - 0.067x_5^* + 0.012x_6 - 0.107x_7^* + 0.118x_8^*$$

สมการของความสัมพันธ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{\pi} = 0.047x_1 - 0.040x_2 + 0.062x_3 - 0.087x_4 - 0.112x_5^* + 0.019x_6 - 0.204x_7^* + 0.187x_8^*$$

เมื่อ  $X_1$  หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยว

$X_2$  หมายถึง สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว

$X_3$  หมายถึง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

$X_4$  หมายถึง การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

$X_5$  หมายถึง การเตรียมการเดินทาง

$X_6$  หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว

$X_7$  หมายถึง ประสบการณ์นักท่องเที่ยว

$X_8$  หมายถึง ทศนคติของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น จะต้องทดสอบด้วยสมการการถดถอยพหุคูณ พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานของพฤติกรรมท่องเที่ยวของแต่ละด้านที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเรียงลำดับตามตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.187
2. ด้านสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.062
3. ด้านความต้องการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.047
4. ด้านการเดินทางท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.019
5. ด้านสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ -0.040

6. ด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่สัมผัสประสิทธิผลการถอดมาตรฐาน เท่ากับ 0.087
7. ด้านการเตรียมการเดินทาง ค่าสัมผัสประสิทธิผลการถอดมาตรฐาน เท่ากับ -0.112
8. ด้านประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่สัมผัสประสิทธิผลการถอดมาตรฐาน เท่ากับ -0.204

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (walking street) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) 3) เพื่อหาอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเมืองพัทยา โดยใช้แบบสอบถาม เก็บตัวอย่าง ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จำนวน 380 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.00 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดระบบเพื่อนำไปวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรม SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

#### สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 31-35 ปี สัญชาติอเมริกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ระดับรายได้ไม่เกิน 500 USD

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านความต้องการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ประสิทธิภาพนักท่องเที่ยว สามารถสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านความต้องการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) เพื่อเพิ่มพูนหาประสบการณ์ที่แตกต่างและหน้าและแปลกใหม่ 2) ความน่าสนใจของค่าครองชีพและมาตรฐานการให้บริการ และ 3) ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยสนใจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่าง ๆ ตามลำดับ

2. ด้านสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ความมีชื่อเสียง และสถานภาพทางด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว 2) การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อนและ การไปจาร์ึกแสวงบุญและ 3) สถานที่ทางวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ กีฬา ประวัติศาสตร์ เทศกาล ตามลำดับ

3. ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีการกำหนดวันเวลา ที่จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ที่วัน 2) มีการเลือกโปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร และจะไปพักสถานที่ไหน และ 3) การเลือกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวโดยทางใด เช่น ทางน้ำ ทางบก หรืออากาศ เป็นต้น

4. ด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก 2) ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าเดินทาง และ 3) ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ตามลำดับ

5. ด้านการเตรียมการเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) การจัดเตรียมหนังสือเดินทาง (Passport) 2) การจัดเตรียมหนังสือการอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) และ 3) การจัดเตรียมเสื้อผ้าของใช้จำเป็นในการเดินทาง ตามลำดับ

6. ด้านการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีร้านอาหาร อาหารการกินที่หลากหลายสะอาดสะดวกสบายหาง่าย 2) อากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยว และ 3) แหล่งท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายน่าสนใจ ตามลำดับ

7. ด้านประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ เช่น สถานที่ 2) มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสวยงาม ผู้คนมีอัธยาศัยดี มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และ 3) การบริการตามสถานที่ต่าง ๆ ตรงต่อเวลา สะดวกมีความรวดเร็วทันใจ ตามลำดับ

8. ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) สภาพแวดล้อมที่ดีสะอาด 2) ความสะอาด ปลอดภัย และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความสวยงาม และบรรยากาศของโฮสเทล ตามลำดับ

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ด้านราคา 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 3) ด้านบุคคล ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ สามารถสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ 2) ความสะอาดของห้องพัก และ 3) ขนาดของห้องพัก ตามลำดับ

2. ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ราคาค่าบริการมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย 2) ความสามารถในการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และเงินตราสกุลต่าง ๆ เช่น ลาว (กีบ) ไทย (บาท) จีน (หยวน) และดอลลาร์สหรัฐ และ 3) ราคา/คุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านพนักงานต้อนรับ 2) ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์ และ 3) ยืนยันการจองห้องพักได้ง่ายโดยทาง FAX/Internet ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) การประชาสัมพันธ์ของโฮสเทลผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ 2) สามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนขายของโฮสเทลได้โดยผ่านทางเว็บไซต์ และ 3) การให้ส่วนลดราคาห้องพัก ตามลำดับ

5. ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) พนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ 2) ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และ 3) ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ตามลำดับ

6. ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีการกำหนดขั้นตอนการขอเช่าและระเบียบในการเข้าพักอาศัยอย่างชัดเจน 2) มีเทคนิคและเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย และ 3) มีการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้ให้เช่าห้องพัก ตามลำดับ

7. ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) มีทางหนีไฟและถังดับเพลิงทุกชั้น 2) บริเวณรอบโฮสเทลไม่มีเสียงดังรบกวน และ 3) สภาพสิ่งแวดล้อมของโฮสเทลดี อากาศถ่ายเทสะดวก ตามลำดับ

### การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) พบว่า

**สมมติฐานที่ 1:** ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) แตกต่างกัน

ผลการศึกษารูปได้ว่า

อายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

สัญชาติของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel แตกต่างกัน

สถานภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street)

ผลการศึกษารูปได้ว่า

พฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) มีความสัมพันธ์กัน ( $r = 0.324$ ) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวรายด้านสรุปได้ว่าความแปรผันที่เกิดขึ้นกับความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ได้ร้อยละ 10.5 ( $R^2 = 0.105$ ) อีกร้อยละ 89.50 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษา

### อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดย



มี 3 ลำดับสูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านความต้องการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ประสิทธิภาพนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานจิต มีเพียร (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี แสดงว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องการกำหนดวันเวลา ที่จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ที่วัน การเลือกโปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวเพื่อทำอะไร และจะไปพักสถานที่ไหน และการเลือกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวโดยทางใด เช่น ทางบกหรืออากาศ เป็นการบ่งบอกถึงพฤติกรรมการเตรียมความในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น มีความรอบคอบ ละเอียด

#### ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา

(Walking street) ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1) ด้านราคา 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 3) ด้านบุคคล ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tat.Y.Choi & Raymond Chu. (2001) ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจในการเข้าพักโรงแรมในฮ่องกงและแนวโน้มในการกลับมาพักซ้ำในอนาคต และ WaiChing Poon & Kevin Lock Teng Law. (2005) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรมในประเทศมาเลเซีย แสดงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะให้ความสำคัญกับ ราคาค่าบริการว่ามีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายหรือไม่ ความสามารถในการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และเงินตราสกุลต่าง ๆ เช่น ลาว (กีบ) ไทย (บาท) จีน (หยวน) และดอลลาร์สหรัฐ เป็นสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกในการแก่นักท่องเที่ยวในการใช้จ่ายเงินสกุลต่าง ๆ และราคา/คุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่มควรมีความเหมาะสม คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยจะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาสส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 31-35 ปี สัญชาติอเมริกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ระดับรายได้ไม่เกิน 500 USD ดังนั้นผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรเน้นการสร้างกลยุทธ์การบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและการบริการที่ตรงกับพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจกับลูกค้ากลุ่มนี้ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2. จากผลการวิจัยจะพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า 3 ลำดับสูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านความต้องการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเน้น ในเรื่องการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้สอดคล้อง เช่น การสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสอดคล้องต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

3. จากผลการวิจัยจะพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา (Walking street) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคาในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ เพราะถือได้ว่า ความเหมาะสมของราคา มีส่วนสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยว และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเสริมสร้าง พัฒนาและเพิ่มพูนศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดได้ ถูกต้อง เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

4. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฮสเทลของนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ต่าง ๆ ของโฮสเทลหรือที่พักในรูปแบบต่าง ๆ

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2558). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนธันวาคม 2558*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กาญจนา อรุณสุขรุจิ. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของ สหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2547). *หลักการจัดการ: องค์การและการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจ ในสถานการณ์ปัจจุบัน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาริณี เดชจินดา (2535). *ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่าบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ทำให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ทวีพงษ์ หินคำ. (2541). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการควบคุมการจราจรด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เทศบาลเมืองพญา. (2558). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลเมืองพญา (พ.ศ.2553-2558)*.  
ชลบุรี: งานวิเคราะห์นโยบายและแผน เทศบาลเมืองพญา
- ธनिया ปัญญาแก้ว. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการครู ในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2548). *องค์การและการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- บุญส่ง นันทอง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.

- ปานจิต มีเพียร. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา บริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- พรคارا หลวงเจริญ. (2552). *พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2553). *การพัฒนาองค์ประกอบของสมรรถภาพครูเทคโนโลยีสารสนเทศระดับมัธยมศึกษาตอนต้น*. KKU Res journal, 15(11) 1101-1114.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2553). *รายงานสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี 2553 (ภาคตะวันออก)*. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. นนทบุรี: ชวนพิมพ์.
- วาณี ทองเสวต (2548). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาล เกื้อการุณย์ (วิทยานิพนธ์)*.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2541). *การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)*.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพฯ: สุพีเรีย พรินติ้งเฮาส์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. (2542). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6)* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมคิด บางโม. (2548). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 4)* กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สุทฤษฎี ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อุบล สุวรรณศรี. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 1* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Bass, Bernard M, (1981). *Leadership and performance beyond expectations*. New York : The Free Press.
- Booms, B. H, & Bitner, M. J. (1981). *Marketing strategies and organization structure for service firms*. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds), *Marketing of services*, 47-51. Chicago: American Marketing.
- Donnelly & J.H., George W. R. (2002). (Eds). *Marketing of services*, 47-51. Chicago: American Marketing.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2002). *Principles of Marketing*. 9<sup>th</sup> ed. New Jersey : PrenticeHall, Inc.,
- Nunnally, J. C. (1978). *Test and Measurement*. New York: McGraw Hill
- Tat Y Choi and Raymond Chu. (2001). *Determinants of hotel guests satisfaction and repeat atronang in the Hong Kong hotel industry*. [On line]. Retrieved from: [http://www.sciencedirect.com/science?\\_](http://www.sciencedirect.com/science?_) (October 2005).
- Wai Ching Poon and Kevin Lock Teng Low. (2005). *Are travellers satisfied with Malaysian hotels?* International Journal of Contemporary Hospitality Management. 17 (3) :217-227.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

ความพึงพอใจที่มีต่อที่พักแบบ Hostel ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา  
(Walking street)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในหน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 20 ปี  21-25 ปี  
 26-30 ปี  31-35 ปี  
 36-40 ปี  มากกว่า 40 ปี

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้น  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.  อนุปริญญา/ ปวส. หรือเทียบเท่า  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

3. สถานภาพ

โสด  สมรส  
 หย่า/ แยกทาง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไม่เกิน 5,000 บาท  5,001-10,000 บาท  
 10,001-20,000 บาท  20,000-30,001 บาท  
 30,000-40,001 บาท  40,001 บาทขึ้นไป



**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านบริการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่แสดงระดับความคิดเห็นตามที่ท่านเห็นว่า  
มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมของท่าน โดยกำหนดให้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง  
2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

กลยุทธ์ด้านบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ความเชื่อถือได้ (Reliability)</b>					
6. โดยทั่วไปพนักงานของโฮสเทลสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก					
7. การบันทึกรายการใช้บริการถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด					
8. การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ					
9. ระบบการรับชำระเงินค่าห้องพักของโฮสเทลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ					
<b>การตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness)</b>					
10. พนักงานมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ					
11. พนักงานเต็มใจและพร้อมให้บริการอย่างรวดเร็ว					
12. พนักงานของโฮสเทลเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้าและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว					
13. เมื่อได้รับการติดต่อพนักงานโฮสเทลติดต่อกลับไปยังลูกค้าอย่างรวดเร็ว					

กลยุทธ์ด้านบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance)</b>					
14. พนักงานของโฮสเทลมีกิริยามารยาทสุภาพ ให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้าที่มาพักในโฮสเทล					
15. พนักงานของโฮสเทลมีความรู้สามารถตอบคำถามของลูกค้าผู้มาใช้บริการในโฮสเทล					
16. พนักงานของโฮสเทลมีทักษะในการปฏิบัติงานอย่างเชี่ยวชาญ					
17. โฮสเทลมีชื่อเสียงไว้วางใจได้ ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการที่เข้าพักในโฮสเทล					
<b>การเข้าใจลูกค้า (Empathy)</b>					
18. พนักงานของโฮสเทลเรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล					
19. พนักงานของโฮสเทลให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล					
20. พนักงานของโฮสเทลรู้จักและจำลูกค้าประจำได้					
21. พนักงานของโฮสเทลมีอัธยาศัย สุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า					

กลยุทธ์ด้านบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>การเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)</b>					
22. พนักงานของ โฮสเทล แต่งกายประณีต เรียบร้อย					
23. โฮสเทลมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่ทันสมัย สบายงามและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					
24. อุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องพักได้รับการตกแต่งที่ สบายงาม					
25. ห้องพักของ โฮสเทล สะอาดและสะดวกสบาย					

**ตอนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดให้คำตอบโดยเลือกทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่องที่ท่านพิจารณาว่าสำคัญที่สุดเพียง 1 ข้อ

26. การเลือกใช้สื่อในการท่องเที่ยว

- ( ) วิทยุโทรทัศน์
- ( ) อินเทอร์เน็ตแผ่นพับ/ โบว์ชัวร์
- ( ) ผ่านสิ่งพิมพ์กิจกรรมนอกสถานที่วิทยุ

27. ความต้องการท่องเที่ยว

- ( ) เพื่ออยากเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อต้องการได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ
- ( ) เพื่อเพิ่มพูนหาประสบการณ์ที่แตกต่างและแปลกใหม่
- ( ) ความสะดวกสบายความปลอดภัยสนใจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่าง ๆ
- ( ) ความน่าสนใจของค่าครองชีพและมาตรฐานการให้บริการ

## 28. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว

- ( ) ที่พักผ่อนทำกิจกรรมเช่นการอาบน้ำแร่/ กิจกรรม
- ( ) สถานที่ทางวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตศิลปะกีฬาประวัติศาสตร์เทศกาล
- ( ) การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรเพื่อนและการไปจาริกแสวงบุญ
- ( ) ความมีชื่อเสียงและสถานภาพทางด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว
- ( ) ความต้องการพัฒนาระดับตัวเองเช่นเข้าร่วมประชุมศึกษาต่อต่างประเทศ

## 29. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

- ( ) ได้มีการบริหารจัดการในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนและจะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
- ( ) การเลือกเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวโดยทางใดเช่นทางบกหรืออากาศ
- ( ) มีการกำหนดผู้ร่วมเดินทางในการเดินทางว่าเป็นใคร
- ( ) มีการเลือกโปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวว่าจะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไรและจะไปพักสถานที่ไหน
- ( ) มีการกำหนดวันเวลาที่จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

## 30. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

- ( ) ค่าพาหนะในการเดินทางค่าเดินทาง
- ( ) ค่าที่พักค่ารักษาพยาบาล
- ( ) ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

## 31. การเตรียมการเดินทาง

- ( ) การจัดเตรียมหนังสือเดินทาง (Passport)
- ( ) การจัดเตรียมหนังสือการอนุญาตเข้าประเทศ (Visa)
- ( ) การจัดเตรียมเสื้อผ้าของใช้จำเป็นในการเดินทาง
- ( ) จัดเตรียมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- ( ) การเตรียมการเรื่องสุขภาพและการกิจ

## 32. การเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

- ( ) ยานพาหนะใช้ในการเดินทางเช่นด้วยรถโดยสารบริการเครื่องบิน รถส่วนตัว
- ( ) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายน่าสนใจ
- ( ) สถานที่พักที่สะดวกสบายปลอดภัยและหาง่าย เช่น โรงแรม บ้านพัก
- ( ) มีร้านอาหารการกินที่หลากหลายสะอาดสะดวกสบายหาง่าย

( ) อากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยว

33. ประสิทธิภาพการเดินทางท่องเที่ยว

( ) ประสิทธิภาพจากการเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ เช่น สถานที่

( ) มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสวยงามผู้คนมีอัธยาศัยดีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

( ) การบริการตามสถานที่ต่าง ๆ ตรงต่อเวลาสะดวกมีความรวดเร็วทันใจ

( ) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางเช่นด้านบุคคลกระบวนการ

34. ทัศนคติเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

( ) กระบวนการให้บริการ เช่น พนักงานต้อนรับในโรงแรม การให้ข้อมูลข่าวสารของ  
มัคคุเทศก์หรือการบรรยายแก่นักท่องเที่ยว

( ) ผู้คนเช่นพนักงานบริษัทนำเที่ยวเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

( ) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางด้าน

วัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์

( ) สภาพแวดล้อมที่ดีสะอาด

( ) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความสวยงาม และบรรยากาศของโรงแรม

( ) ความสะอาดปลอดภัยและมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกโฮสเทลของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจงกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่แสดงระดับความคิดเห็นตามที่ท่านเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบ Hostel ของท่านโดยกำหนดให้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การตัดสินใจเลือกโฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
35. มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ					
36. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน					
37. ความสะอาดของห้องพัก					
38. ขนาดของห้องพัก					
<b>ด้านราคา</b>					
39. อัตราค่าห้องพักมีหลายระดับราคาให้เลือกในการ					
40. ราคา/คุณภาพ ของอาหารและเครื่องดื่ม					
41. ราคาค่าบริการมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย					
42. ความสามารถในการจ่ายค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และเงินตราสกุลต่าง ๆ เช่น ลาว (กีบ) ไทย (บาท) จีน (หยวน) และดอลลาร์สหรัฐ					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
43. การติดต่อตัวแทนจองห้องพักสะดวก					

การตัดสินใจเลือกโฮสเทล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
44. ความสะดวกในการจองห้องพักทางโทรศัพท์					
45. ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านพนักงานต้อนรับ					
46. ยืนยันการจองห้องพักได้ง่ายโดยทาง FAX/ Internet					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
47. การให้ส่วนลดราคาห้องพัก					
48. การประชาสัมพันธ์ของ โฮสเทลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ					
49. สามารถจองห้องพักผ่านตัวแทนขายของโฮสเทลได้โดยผ่านทางเว็บไซต์					

ภาคผนวก ข  
แบบสัมภาษณ์



## Questionnaire

### Satisfaction in the marketing service of the hostel. In the eye of foreign visitors in Pattaya City

---

#### Part 1 Questions about personal factors of the respondents

Explanation: Please mark  In the answers you want to selected to match the reality.

1. Gender

- Male  Female

2. Age

- Not over 20 years  21-25 years  
 26-30 years  31-35 years  
 36-40 years  Over 40 years

3. Education level

- High School/ Diploma  Bachelor Degree  
 Master Degree  Ph.D

4. Marital status

- Single  Married  
 Divorced/ Widowed/ Separated

5. Income (Per month)

- Less than 300 USD  301 USD-600 USD  
 601 USD-900 USD  901 USD-1200 USD  
 1,201 USD-1,500 USD  Over 1,501 USD

## Part 2 Tourist Behaviour

Explanation: Please mark  $\surd$  Into space priority. As you can see that influence to select a hostel by  
5=most 4=much 3=moderate 2=little 1=least

Requirement to travel mean tourist is propose	Degree of decision				
	5	4	3	2	1
<b>Requirement to travel mean tourist is propose</b>					
6. Want to change the atmosphere and see what's new					
7. To find the new experience for different exotic					
8. Convenience, safety, interest and tourist attraction					
9. Interested in cost of living and service standards					
<b>Incentives for tourists</b>					
10. Leisure activities such as mineral bath, climbing					
11. Cultural facilities, way of life, sporting art, history, festival					
12. Travel to visit relative, friends and pilgrimage					
13. Famous and safety of travel					
14. To develop and enhance yourself such as attend to study abroad					
<b>Decision of tourists from many option to achieve the objective.</b>					
15. Management before travel where and when					
16. The alternative route for the tour to go either way such as land or air					

Requirement to travel mean tourist is propose	Degree of decision				
	1	2	3	4	5
17. Determine whether the passengers are					
18. Choosing a plan to go and what to see, where to stay					
19. Schedule a time to visit each site within days					
<b>Planning travel expenses mean what you are doing in spending that will occur in the future.</b>					
20. The vehicle to travel, travel expenses					
21. Accommodation, medical treatment					
22. The cost of purchase of the souvenir					
23. Preparing passport					
24. Prepare written request entry (visa)					
25. Preparing clothes of the need for					
26. Preparation of foreign exchange					
27. Preparations for health					
<b>The alternative forms of travel mean how to choose a travel</b>					
28. Vehicles traveling such as bus service, plane, private car					
29. Tourist attractions are diverse					
30. Comfortable, safe place to stay and easy to find such as hotel, homestay					

Requirement to travel mean tourist is propose	Degree of decision				
	1	2	3	4	5
31. There are a variety of restaurants					
32. Air travel in good conditions					
<b>Travel experience mean to see clearly and experience is a valuable thing to learn</b>					
33. An excursion to impress such as place					
34. The environment is good and beautiful. The good-natured people have a good relationship					
35. Location-based services on time					
36. Amenities in the trip such as the people and processes					
<b>Attitudes about travel mean To express the passion like or unlike to travel</b>					
37. Service processes such as The hotel's concierge provides information about tours, guide or lectures to tourists					
38. People such as employees travel agency, museum officials					
39. Tourism is a beautiful and diverse such as cultural, natural and historical attractions					
40. Good environment clean					
41. Facilities such as the beautiful and atmosphere of the hotel					
42. Safety and integrity of nature					

### Part Questions about choosing a hostel for tourists 3

Explanation: Please mark  $\surd$  Into space priority. As you can see that influence to select a hostel by  
5=most 4=much 3=moderate 2=little 1=least

Questions about deciding hostel for tourists	Degree of decision				
	5	4	3	2	1
<b>Products mean hostel surfer decision.</b>					
43. There are facilities within the room such as television, air-condition					
44. There have security on the property					
45. Cleanliness of rooms					
46. The size of the spacious rooms					
<b>Price means prices for service, booking hostels.</b>					
47. Rates have several prices					
48. Costs are worth the money paid					
49. The ability to pay by credit card and various currencies such as Lao (Yuan), Thai (Baht), Dollar					
<b>The distribution channels mean form channels in the room of the hostel</b>					
50. To contact the reservation centre					
51. Ease of booking over the phone					
52. Ease of booking through reception					
53. Easy to confirm the room by fax or internet					

Questions about deciding hostel for tourists	Degree of decision				
	1	2	3	4	5
<b>Marketing promotion mean How guidelines relating to the promotion of the hostel</b>					
54. The discount rate (moreover 50%)					
55. The release of the hostel through the media such as internet, website, magazine					
56. Rooms can be booked through the sale of the hostel was through website					
<b>The person represents the employees of the hotel</b>					
57. The staff is polite manners					
58. The attention of the maids					
59. Staff have a positive attitude towards the service					
60. The attention of security guards 24 hours a day					
<b>The process mean the process of the hostel.</b>					
61. The procedure for leasing and residence regulation clearly					
62. Modern technology has to offer					
63. The process continued good service, do not delay such as notification repair the hostel					
64. A study of the need for additional service					
65. Travellers are evaluating the service					

Questions about deciding hostel for tourists	Degree of decision				
	1	2	3	4	5
<b>The environment of the service</b>					
66. All room have wrought iron and firmly locks					
67. Well-ventilated environment					
68. No noise around					
69. A fire exits and fire extinguishers on every floor					

ภาคผนวก ค  
ผลพิจารณา IOC





แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น

เครื่องมือในการวิจัย

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ... ดร. สักดา อธิสัมพันธ์

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

21 / 12 / 2558

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

ชื่องานนิพนธ์ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ โฮสเทลในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา

ชื่อผู้วิจัย นายราชกิจ ราชกิจการวิสัย

รหัสประจำตัว 56710414

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก GBM3

หมายเลขโทรศัพท์ 0830920420 email : rrachakij@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ณภัทธร ปุณยภัทสร



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

11 / พ.ช. / ๕๑

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

ชื่องานนิพนธ์ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ โฮสเทลในสายตาของนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติในเมืองพัทยา

ชื่อผู้วิจัย นายราชกิจ ราชกิจการวิสัย

รหัสประจำตัว 56710414

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจ โลก GBM3

หมายเลขโทรศัพท์ 0830920420 email : rrachakij@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา คร. ฅภักคอร ปุณยภััสสร



แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็น  
เครื่องมือในการวิจัย

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... ดร. สุชนันท์ เมธธา

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ  
..... 3 / 12 / 2558

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม

ชื่องานนิพนธ์ความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมการตลาดบริการของโฮสเทลในสายคาของนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติในเมืองพัทยา

ชื่อผู้วิจัย นายราชกิจ ราชกิจการวิสัย

รหัสประจำตัว 56710414

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก GBM3

หมายเลขโทรศัพท์ 0830920420 email : rrachakij@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ณภัคอร ปุณยาภิษฐ์สร

ภาคผนวก ง  
ผลการตรวจคัดลอกงานนิพนธ์

## Plagiarism Checking Report

Created on Sep 21, 2016 at 4:16 PM

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
324985	Sep 21, 2016 at 17:16 PM	56710314@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	1-3.docx	Completed	4.21 %

### Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี,Public satisfaction with quality of service provided by tha luang sub-district municipality\, Amphoe Makham\, Chanthaburi Province	สาริตรี สุนทร	มหาวิทยาลัยบูรพา	1.09 %
2	ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเขาสิงโต จังหวัดสระแก้ว,Satisfaction of people towards services of police officers in Khao-singtoe Provincial Police Station\, Sakaeo Province	พีระเดช แสนวิเศษ	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.99 %
3	ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลตะกาดเจ้า อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี,Public satisfaction with services provided by takadngaow sub-district municipality\, Amphoe Tha Mai\, Chanthaburi Province	สฤณา เจริญกล้า	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.94 %
4	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดต่อเนื่องของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร,FACTORS AFFECTING THE TRAVEL DECISION MAKING OF WORKING AGE PEOPLE DURING WEEKEND AND LONG HOLIDAY IN BANGKOK METROPOLIS	เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	0.91 %
5	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดชลบุรี	รุ่งรวี คล้ายสุวรรณ	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์	0.78 %