

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในจังหวัดนครราชสีมา

Factors that Affect Hotel Selection in the Natural Tourism Area of Nakhon Ratchasima

ชวฤทธิ์ โยศรีคุณ (Chawarit Yosrikun) *

Received: May 22, 2021

Revised: June 5, 2021

Accepted: June 13, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักอย่างน้อย 1 คืน ณ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จำนวน 400 คน และใช้สถิติวิเคราะห์ผลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ผลเชิงอนุมาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ t-test, F test และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

2. นักท่องเที่ยวที่เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม ไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมควรมีทัศนียภาพที่สวยงาม การข้อมูลที่พิกผ่านช่องทางที่หลากหลาย การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ การให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด เรียบร้อย มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ การให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม, พื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

Abstract

The research objectives were to study to the factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima, to compare the factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima classified by personal factors, and to propose development guidelines of the factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima. The population included Thai tourists staying at

* อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนครราชสีมา

Instructor , Nakhonratchasima College

least one night at the natural tourism area of Nakhon Ratchasima, January 2020. The sample size was 400 Thai tourists, the research tool was the estimate rating-scale questionnaire. The statistics used in data analysis were the percentage, mean, standard deviation, t-test (independent samples) and F test (One-way ANOVA). The research findings were:

1. The factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima, the overall were the high level. For each aspect when sort the average from highest to lowest were the place (location) aspect, the service processes aspect, the price aspect, the promotion aspect, the product aspect, the physical evidence aspect, and the people aspect, respectively.

2. The Thai tourists with difference of gender and monthly average income had the opinions of the factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima, were not different.

3. The guidelines of the factors that affect hotel selection in the natural tourism area of Nakhon Ratchasima. attention to choosing the location of the hotel, with beautiful scenery, the entrepreneurs should pay attention to the hotel information through various channels, the entrepreneurs should set prices that are appropriate for the quality and service, the entrepreneurs should provide regular marketing promotion activities, the entrepreneurs should pay attention to the cleanliness of the room and accommodation, the entrepreneurs should arrange the atmosphere and choose a location with good and quiet atmosphere, the entrepreneurs should direct and take care of the staff with a cheerful, polite and friendly service.

Keywords: Factors that Affect Hotel Selection, the Natural Tourism Area

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในภาพรวม ในระยะที่ผ่านมาภูมิภาคยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ แต่หากพิจารณาในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าภูมิภาคยุโรปได้รับความนิยมที่ลดน้อยลง ในขณะที่ภูมิภาคอื่นๆ โดยเฉพาะเอเชีย กลับได้รับความนิยมมากขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียเพิ่มสูงมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุส่วนหนึ่งอาจเกิดมาจากปัจจัยในเรื่องของเศรษฐกิจ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ เริ่มมองหาสถานที่ที่มีความคุ้มค่าเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งอาจสะท้อนได้จากสัดส่วนของการเดินทางข้ามภูมิภาคที่เพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยว ที่แสดงให้เห็นว่ามีรายได้ต่อหัวในภูมิภาคเอเชียที่สูงที่สุดอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่าหลายปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่ทำให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามายังภูมิภาคเอเชียยินดีที่จะจ่าย จากข้อมูลของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในภูมิภาค สามารถกล่าวได้ว่าภูมิภาคเอเชียถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของโลกเป็นอย่างมากในปัจจุบัน และในอนาคตอันใกล้

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้สามารถทำรายได้ให้กับประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมไปถึงความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจแก่ผู้มาเยือน จากผลดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงต้องจัดพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนให้มีความต้องการอยากกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งหนทางในการสร้างความประทับใจประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายประการ เช่น อัตราค่าที่พัก สถานที่ตั้ง ขนาดของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกสบายหรือแหล่งผ่อนคลายต่างๆ รวมไปถึงการบริการของพนักงานทุกฝ่ายจะต้องมี

คุณภาพได้มาตรฐานตอบสนองลูกค้าหรือผู้มารับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้สูงสุด จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยทำการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ตามแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านทำเลที่ตั้ง 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการบริการ

ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครอบคลุม

ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในเขตอำเภอปากช่อง และอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ระยะเวลาในการศึกษา

ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 วันที่ 31 มีนาคม 2563 รวม 5 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักอย่างน้อย 1 คืน ณ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเทียบตารางของ Yamane (1973) กำหนดความเชื่อมั่นนี้ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
3. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า
4. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จากสถานที่ท่องเที่ยวและกระจายแบบสอบถามตามโรงแรมที่พักแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในเขตอำเภอปากช่อง และอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
5. ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
7. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติค่า t-test และ F test (One-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

8. วิเคราะห์ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	0.42	มาก
2. ด้านราคา	3.72	0.47	มาก
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.84	0.51	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.71	0.54	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.62	0.47	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.64	0.46	มาก
7. ด้านกระบวนการบริการ	3.79	0.41	มาก
รวม	3.71	0.44	มาก

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา

3.1 ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมควรมีทัศนียภาพที่สวยงาม อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และไม่ห่างไกลจากชุมชนหรือสถานที่ให้บริการมากนัก และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปที่พักได้อย่างสะดวกสบาย

3.2 ด้านกระบวนการบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการข้อมูลที่พักผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมทั้งจัดการบริการต่างๆ โดยคำนึงถึงความสะดวก สบายเป็นสำคัญ

3.3 ด้านราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ และมีการสื่อสารหรือแจ้งราคาแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างชัดเจน ถูกต้องและเป็นธรรม

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและมีการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย

3.5 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบายเรียบร้อยของห้องพัก และบริเวณที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจัดบรรยากาศและเลือกทำเลที่มีอากาศดี เงียบสงบ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ เช่น สัญญาณ wi-fi สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น

3.7 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรกำกับดูแลพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษารองปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรม ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานโรงแรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ มาลิน เมธิยานนท์ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษารองปัจจัยทางการตลาด

ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพัฒนา ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพและด้านกระบวนการ สอดคล้องกับการศึกษาของ วาสิตา คลองตาล (2554: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ พชรินทร์ เรือนแก้ว (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก และผู้วิจัยอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก คือ ความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก/ที่พัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น และอื่นๆ สภาพของห้องพัก/ที่พัก มีการตกแต่งสวยงาม ที่พักรมมีชื่อเสียงมีประเภห้องพักให้เลือก และ ขนาดของห้องพัก/ที่พักที่กว้างขวาง ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดเรียบร้อยของห้องพักและบริเวณที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

1.2 ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธาสนี คำสำราญ (2551: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านราคาในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก คือ การที่มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พัก และบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา ราคาห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น ราคาห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก และห้องพัก/ที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ และมีการสื่อสารหรือแจ้งราคาแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างชัดเจน ถูกต้องและเป็นธรรม

1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธาสนี คำสำราญ (2551: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านทำเลที่ตั้งในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าพักโรงแรมที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น มีทะเลหมอกใกล้ภูเขา เป็นต้น รองลงมา ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีขนส่ง เป็นต้น และการเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมควรมีทัศนียภาพที่สวยงาม อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และไม่ห่างไกลจากชุมชนหรือสถานที่ให้บริการมากนัก และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปที่พักได้อย่างสะดวก สบาย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ต่อการเลือกพักโรงแรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ต่อการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ การที่โรงแรมให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ การที่โรงแรมโปรโมชันในราคาที่เหมาะสม เช่น รวมอาหารเช้า โรงแรมมีการแจ้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และ โรงแรมมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและมีการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย

1.5 ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ต่อการเลือกพักโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาสินี คำสำราญ (2551: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านบุคลากรในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำกับ ดูแลพนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบใหม่ต่อการเลือกพักโรงแรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาสินี คำสำราญ (2551: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาโรงแรมรีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ในการเลือกเข้าพักโรงแรม ด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยว

มีความคิดเห็นว่าด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ บรรยากาศรอบบริเวณที่พักมีความเหมาะสม เช่น อากาศดี เงียบสงบ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ เช่น สัญญาณ wi-fi สระว่ายน้ำ การจัดแบ่งการให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน เช่น การจัดเตรียมที่จอดรถ สวนพักผ่อน ห้องอาหาร สภาพแวดล้อมของที่พักมีความปลอดภัยสูง เช่น ทางเดินเข้า-ออก มีรั้วกัน มีไฟฟ้าสว่าง และมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดบรรยากาศและเลือกทำเลที่มีอากาศดี เงียบสงบ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ เช่น สัญญาณ wi-fi สระว่ายน้ำ เป็นต้น

1.7 ด้านกระบวนการบริการ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธสินี คำสำราญ (2551: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กรณีศึกษา โรงแรมรีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ อรอนงค์ ทองแท้ (2552: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษารื่องปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ชาวต่างประเทศให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมด้านกระบวนการบริการในระดับมาก และการศึกษาในครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าพักโรงแรมที่มีความสะดวกในการหาข้อมูลที่พัก รองลงมา ระบบการสำรองที่พักได้หลายวิธี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีระบบการจองห้องพักที่แม่นยำ มีความสะดวกสบายในการ Check in/ Check Out และมีระบบการชำระค่าที่พัก ค่าบริการต่างๆ ได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคาร และอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการ

การข้อมูลที่พักผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมทั้งจัดการบริการต่างๆ โดยคำนึงถึงความสะดวก สบาย เป็นสำคัญ

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นว่าการปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาค้นคว้านี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าพักโรงแรมที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น มีทะเลหมอก ไกลภูเขา เป็นต้น รองลงมา ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีขนส่ง เป็นต้น และการเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมควรมีทัศนียภาพที่สวยงาม อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และไม่ห่างไกลจากชุมชนหรือสถานที่ให้บริการมากนัก และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปที่พักได้อย่างสะดวกสบาย

2. ด้านกระบวนการบริการ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าพักโรงแรมที่มีความสะดวกในการหาข้อมูลที่พัก รองลงมา ระบบการสำรองที่พักได้หลายวิธี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีระบบการจองห้องพักที่แม่นยำ มีความสะดวกสบายในการ Check in/ Check Out และมีระบบการชำระค่าที่พัก ค่าบริการต่างๆ ได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคาร และอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการข้อมูลที่พักผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมทั้งจัดการบริการต่างๆ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายเป็นสำคัญ

3. ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและบริการต่างๆ อย่างชัดเจน ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา ราคา

ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับที่พักแห่งอื่น ราคาห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก และห้องพัก/ที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ และมีการสื่อสารหรือแจ้งราคาแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างชัดเจน ถูกต้องและเป็นธรรม

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ การที่โรงแรมให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ การที่โรงแรมโปรโมชันในราคาที่เหมาะสม เช่น รวมอาหารเช้า โรงแรมมีการแจ้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และ โรงแรมมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอและมีการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย

5. ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ ความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก/ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก/ที่พัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น และอื่นๆ สภาพของห้องพัก/ที่พัก มีการตกแต่งสวยงาม ที่พักมีชื่อเสียงมีประเภทห้องพักให้เลือกหลากหลาย และ ขนาดของห้องพัก/ที่พักที่กว้างขวาง ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดเรียบร้อยของห้องพักและบริเวณที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ บรรยากาศรอบบริเวณที่พัก มีความเหมาะสม เช่น อากาศดี เงียบสงบ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ เช่น สัญญาณ wi-fi สระว่ายน้ำ การจัดแบ่งการให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน เช่น การจัดเตรียมที่จอดรถสวนพักผ่อน ห้องอาหาร สภาพแวดล้อมของที่พัก มีความปลอดภัยสูง เช่น ทางเดินเข้า-ออก มีรั้วกัน มีไฟฟ้าสว่าง และ มีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสมเช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย

ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดบรรยากาศและเลือกทำเลที่มีอากาศดี เงียบสงบ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางอย่างเพียงพอ เช่น สัญญาณ wi-fi สระว่ายน้ำ เป็นต้น

7. ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือ พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในการให้บริการ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำกับ ดูแล พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ และเป็นมิตร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. อุดล้าเนา. พัชรินทร์ เรือนแก้ว. (2553). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มาลิน เมธิยานนท์. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วาสิตา คลองตาล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- สุธาสินี คำสำราญ. (2551). *พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษาโรงแรมรีสอร์ทและบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย*.

นิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรอนงค์ ทองแท้. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดในการ
เลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศในเขตตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้
จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
วลัยลักษณ์.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introductory
analysis*. New York: Harper and Row.