

## ความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ท ในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา

### Physical Evidence Needs of Thai Tourists in Selecting Resort Service in Krasae Sin District, Songkhla Province

#### ♦ ปาณิสรา คงแก้ว

นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยดุสิตธานี

Panisara Kongkaew

Master Student, Hospitality Business Management Concentration, Master of Business  
Administration, Dusit Thani College. E-mail: panisara.kw@gmail.com

#### ♦ ณัฐนรี สมิตร์

ดร. หัวหน้ากลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยดุสิตธานี  
Natnaree Smith

PhD, Head of Hospitality Business Management Concentration, Master of Business  
Administration, Dusit Thani College. E-mail: natnaree.sm@dtc.ac.th

*Received: June 10, 2021; Revised: June 30, 2021; Accepted: July 8, 2021*

---

## Abstract

The purpose of this research was 1) to study tourists' general information in selecting resort services in Krasae Sin District, Songkhla Province. 2) to study tourists' behavior in selecting resort services in Krasae Sin District, Songkhla Province and 3) to study the physical evidence needs of Thai tourists in selecting resort services in Krasae Sin District, Songkhla Province. The research instruments in this study were a survey questionnaire of 420 Thai tourists. The data was analyzed by frequency distribution, percentage, and standard deviation.

The results of the research revealed that the majority of Thai tourists were single females aged between 21 and 30 years, with bachelor's degrees and an average monthly income of less than or equal to 15,000 baht. The majority of Thai tourists' behavior in selecting was for tourism and leisure purposes, 95.2%. They found out about the resort's information from friend recommendations or reviews on social media (Facebook, Instagram, YouTube, etc.). 83.8% Tourists often book a room via mobile phone applications and the

resort website, 43.8%. Most of them were travelling by private car, 77.9%, with their family, 46.0%. The Thai tourists mostly stayed at the resorts between February and May (summer), 52.6%. The average length of stay was 2 days, 52.1%. The average resort stay frequency was 2-3 times per year, 54.8%. Three-star resorts, 40.5% with standard room accommodations averaging 1,001-2,000 Baht per night, were the most popular choice. 52.4%. The most popular activity during the stay was sightseeing and tourist attractions around the resort areas, up 55.2%. The majority of Thai tourists need physical evidence in selected resort services in Krasae Sin District, Songkhla Province, where layout and ambience are dominant.

**Keywords:** Needs, Physical Evidence, Thai Tourists, Resorts, Krasae Sin District, Songkhla

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 95.2 โดยทราบข้อมูลรีสอร์ทจากเพื่อนแนะนำ/รีวิวจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Instagram, YouTube) ร้อยละ 83.8 จองห้องพักผ่านโทรศัพท์/เว็บไซต์ของรีสอร์ท ร้อยละ 43.8 มีผู้ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัว ร้อยละ 46.0 และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 77.9 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการรีสอร์ท คือ กุมภาพันธ์-พฤษภาคม (ฤดูร้อน) ร้อยละ 52.6 ระยะเวลาที่เข้าพักโดยเฉลี่ยครั้งละ 2 วัน 1 คืน ร้อยละ 52.1 ความถี่ในการเข้าพักรีสอร์ทโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้ง/ปี ร้อยละ 54.8 และเลือกใช้บริการรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ร้อยละ 40.5 โดยเลือกห้องพักที่รูปแบบห้องมาตรฐานราคา รีสอร์ทโดยเฉลี่ยต่อคืนคือ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 52.4 และกิจกรรมที่นิยมทำระหว่างเข้าพัก คือ ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในบริเวณรีสอร์ท ร้อยละ 55.2 นักท่องเที่ยวมีความต้องการลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม ทางด้านการออกแบบพื้นที่ และบรรยากาศมากที่สุด

**คำสำคัญ:** ความต้องการ, ลักษณะทางกายภาพ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, รีสอร์ท, อำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา

## บทนำ

เศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2561 พังพารายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 4 ของโลก ประมาณ 2 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 85 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ที่เกี่ยวข้องกับสาขาท่องเที่ยว 1.9 ล้านล้านบาท จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงยังคงพึ่งพาการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นหลัก โดยสถิติการท่องเที่ยวของคนไทยนิยมเดินทางในประเทศมากขึ้น เทียบกับสถิติเมื่อปี พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 58 เลือกพักในรีสอร์ท และร้อยละ 22 เลือกพักในที่พักแบบ Glamorous Camping (Booking.com (Thailand) co.,ltd., 2020) การที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการสถานที่นั้น ๆ ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการทางลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ บรรยากาศ การออกแบบพื้นที่สิ่งประดิษฐ์ เฟอร์นิเจอร์ (Montree,2018)

จังหวัดสงขลา ซึ่งมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสามของภาคใต้มีชนบทธรรมนิยมประเพณี มรดกทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 จังหวัดสงขลา มีผู้เยี่ยมเยือนจำนวน 7,635,378 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8.68 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Songkhla Provincial Office, 2020) จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2550-2560 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี เป็นผลจากการขยายเส้นทางคมนาคมส่งผลให้นักท่องเที่ยวไทยเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น (Bank of Ayudhya Public Company Limited, 2021) ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 มีการศึกษาความเหมาะสมโครงการก่อสร้างสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา อำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา-อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง เพื่อช่วยลดระยะทางจากเดิม 90 กิโลเมตร เหลือเพียง 6-7 กิโลเมตร พร้อมเปิดบริการในปี พ.ศ. 2568 อีกทั้งอำเภอกระแสดินธุ์มีเสน่ห์ของความงดงามแบบเรียบง่ายในเชิงวิถีชีวิตแบบพื้นบ้าน อาหารการกินแบบพื้นถิ่นปักษ์ใต้ ทรัพยากรทางธรรมชาติของพื้นที่กลุ่มทะเลสาบสงขลาที่มีทั้งป่า ภูเขา ทะเล นาข้าว พืชผลไม้ ตลอดจนด้วยความหลากหลายทางแหล่งท่องเที่ยวนี้ และการเดินทางที่สะดวกขึ้นจะสามารถส่งเสริมพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงวิถีที่ได้มาตรฐานระดับสากลได้ (Thongnueakhaeng, 2020)

จากความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นข้อเสนอแนะหรือใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ท ในการวางแผน และพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคตต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสดินธุ์ จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา

3. เพื่อศึกษาความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา

### ขอบเขตการวิจัย

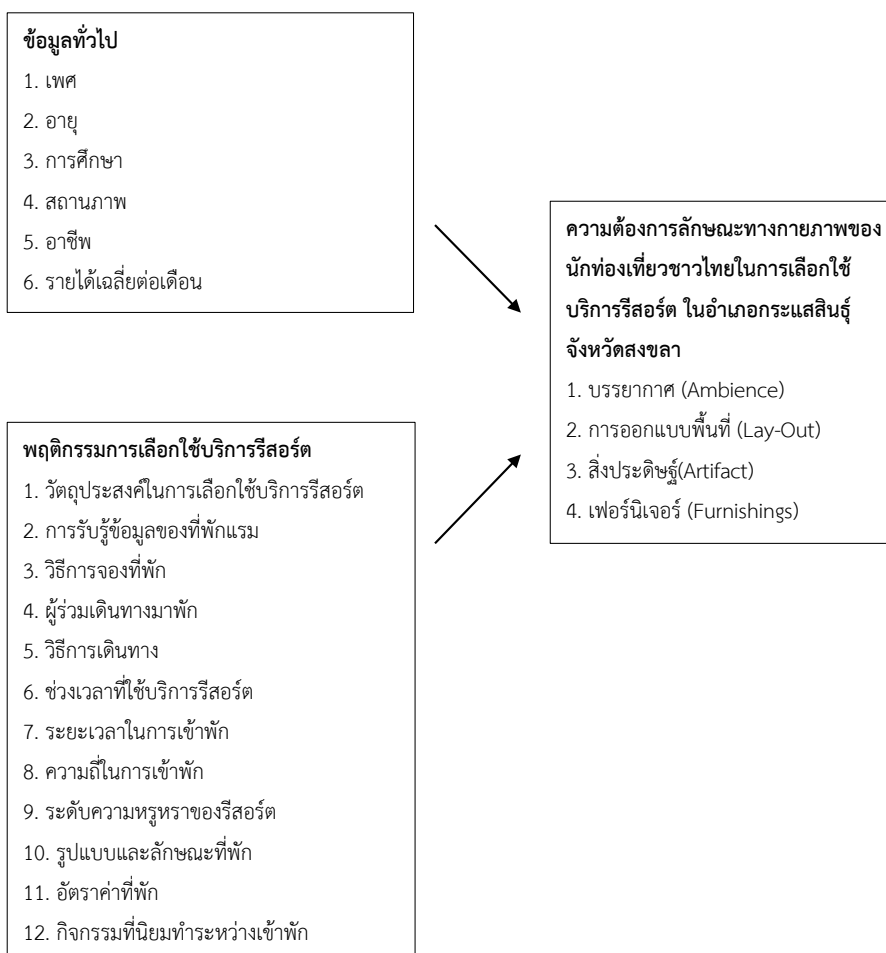
1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา

2. ขอบเขตด้านประชากร: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 123,214,821 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา: เดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ. 2564

4. ขอบเขตด้านพื้นที่: อำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา

### กรอบแนวคิด



## นิยามศัพท์

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกใช้บริการรีสอร์ท เช่น ความต้องการในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อตอบสนองความต้องการรีสอร์ทที่บรรยากาศดี สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันไว้ให้บริการ เป็นต้น

พฤติกรรม หมายถึง การปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว เช่น วาจา สีหน้า การกระทำ เป็นต้น เช่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำเมื่อพักรีสอร์ท เพื่อตอบสนองความอยากรู้ และความต้องการในประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือระดับความหรูหราของรีสอร์ทที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ บริการ ที่แสดงสถานภาพของตนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ และชื่นชมในกลุ่มคนทั่วไป เป็นต้น

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่รีสอร์ทสร้างขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย บรรยากาศ การออกแบบพื้นที่ สิ่งประดิษฐ์ และเฟอร์นิเจอร์ของรีสอร์ท เป็นต้น

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีความต้องการหรือสนใจในการเดินทางหรือการท่องเที่ยวมีการพักแรมในสถานพักแรมหรือที่พักประเภทรีสอร์ท

รีสอร์ท หมายถึง สถานที่พักประเภทตากอากาศ มีสถานที่ตั้งใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว มีรูปแบบอาคารสอดคล้องกับธรรมชาติเป็นอาคารขนาดเล็กมีจำนวนหลายหลังอยู่ในบริเวณเดียวกันล้อมรอบไปด้วยภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน มีบริการเสริมที่หลากหลาย และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ (Need Theories)

ความต้องการของมนุษย์สามารถ จัดเป็นลำดับขั้นได้ 5 ขั้น ดังนี้ (1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ความต้องการที่อยู่อาศัย และความต้องการอื่น ๆ ของร่างกาย (2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ได้แก่ ความต้องการความมั่นคง การป้องกันภัยอันตรายจากสิ่งรอบตัว และจากการทำร้ายจิตใจ (3) ความต้องการที่จะผูกพันในสังคม (Social needs) ได้แก่ ความรัก ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การได้รับการยอมรับ และมีมิตรภาพ (4) ความต้องการที่จะมีฐานะเด่น และได้รับการยกย่องจากสังคม (Esteem needs) ได้แก่ การเคารพนับถือตัวเอง การเป็นตัวของตัวเอง และการประสบความสำเร็จ การมีฐานะในวงสังคม การได้รับการยอมรับจากคนอื่น และการได้รับความสนใจจากคนอื่น (5) ความต้องการที่จะประจักษ์ตน (Self-actualization needs) ได้แก่ แรงผลักดันที่ทำให้คนสามารถเป็นในสิ่งที่ตนเป็นได้ดีที่สุด ซึ่งรวมถึงการเจริญเติบโต การได้ใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ และความสมปรารถนา (Maslow, 1954 as cited in Bowornwathana, 2004)

### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว ความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3

องค์ประกอบนี้จะกำหนดทิศทาง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่มีอยู่ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก มีเวลาน้อยหรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว จะท่องเที่ยวได้ไกล และในเวลาสั้น ๆ เท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว จะเดินทางเที่ยวในสถานที่ที่ทันสมัย และมีคุณภาพครบครันสินค้า และบริการที่เหนือกว่าเป็นต้น (Phlainoi, 1995)

### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง กลุ่มขององค์ประกอบรวมถึง เพอร์นิเจอร์ สี แสง ความเป็นส่วนตัว หน้าต่างมุมมอง เสียง กลิ่น และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวก (Yeh and Huan, 2017) และเป็นสิ่งที่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ และถือเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้รองรับการเติบโตในอนาคต (Liu and Tsai, 2013)

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ดังนี้ (1) บรรยากาศ (Ambience) หมายถึง บรรยากาศโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับ สี ขนาด กลิ่น เสียง ธีม (Theme) ดนตรี และอื่น ๆ สภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานที่นั้นโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของประเภทธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai, and Mouepraman (2019) พบว่า การตัดสินใจเลือกในเรื่องห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ห้องพักรวมมีขนาดกว้างขวาง และความสะดวกสบายรอบ ๆ ที่พัก เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก (2) การออกแบบพื้นที่ (Lay-out) หมายถึง โครงสร้างโดยรวมของพื้นที่ให้บริการ ออกแบบพื้นที่ที่มี และประเภทของบริการว่าควรจัดสัดส่วนให้มีความลงตัวสอดคล้องกับประเภทของบริการนั้น ๆ การออกแบบพื้นที่ที่ดีจะทำให้การเข้าถึงบริการของธุรกิจได้อย่างครบถ้วน และไม่สับสนในการใช้พื้นที่ เช่น มีการจัดวางพื้นที่รีสอร์ทที่ดี โดยวางแผนเป็นระเบียบเพื่อให้พนักงานเข้าไปให้บริการได้อย่างทั่วถึง พื้นที่ในห้องพักรวมใช้งานง่าย แบ่งสัดส่วนชัดเจน มีจุดทางเดินที่ และลานกิจกรรมกลางแจ้ง ทำให้นักท่องเที่ยวความรู้สึกผ่อนคลายมากยิ่งขึ้น (3) สิ่งประดิษฐ์ (Artifacts) คือ สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้คุณค่า และความสวยงามของประเภทธุรกิจ เช่น ได้รับการรับรองหรือรางวัลด้านต่าง ๆ จากองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น มีการรับรองมาตรฐานโครงการใบไม้เขียว (Green Leaf) มาตรฐานโรงแรมไทย (Thai Hotel Standard) เพื่อให้เกิดความมั่นใจในกระบวนการบริการที่ได้มาตรฐาน มีร้านกาแฟหรือคาเฟ่ (Cafe) จัดให้มีการบริการเสริม เช่น ปั่นจักรยาน รถ และเรือเช่าเที่ยว กิจกรรมเรียนรู้วิถีชุมชน รวมถึงให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง (WiFi) โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ Sirichan and Kamjai (2018) พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความพร้อมในการใช้งาน WiFi (4) เพอร์นิเจอร์ (Furnishings) คือ อุปกรณ์ที่สร้างความสะดวกสบายต่าง ๆ เพอร์นิเจอร์ที่เหมาะสมจะต้องถูกนำมาใช้ตกแต่ง การตกแต่งด้านเพอร์นิเจอร์จำเป็นมากสำหรับธุรกิจรีสอร์ท เช่น การเลือกเตียง โต๊ะควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ได้จริง และอยู่ในสภาพดี เหมาะสมกับประเภท และระดับของรีสอร์ท มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก และการบริการครบ

ครั้น และห้องพักรมมีหลายประเภทให้เลือก รวมถึงภาพลักษณ์ของพนักงาน เช่น เครื่องแต่งกายของมีเอกลักษณ์สวยงามเข้ากับบรรยากาศของรีสอร์ท และพนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรีสอร์ท และส่งมอบบริการที่ดีได้ สอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai and Mouepraman (2019) พบว่าพนักงานสามารถให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อย่างละเอียดและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 123,214,821 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2020 ข้อมูล ณ วันที่ 8 เมษายน พ.ศ.2564)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 420 คน ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนที่ 3 ความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะทางด้านความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนธุ์ จังหวัดสงขลา โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

### การตรวจสอบ และการทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบคุณภาพ 2 วิธี คือ (1) หาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรง ด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถามแต่ละข้อ มีความถูกต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาโดยใช้ Index of Item-Objective Congruence (IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.79 ซึ่งเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (Kuprachamit, 2015) จากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้ (2) หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.70 ขึ้นไป ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.90 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ (Samranjai, 2010) จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน และใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป



## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้ช่องทางออนไลน์ในการส่งแบบสอบถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Open chat ในหมวดหมู่การท่องเที่ยว กลุ่มผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวใน Facebook กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ยินดี และพร้อมให้ข้อมูล และรอรับแบบสอบถามกลับคืนเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามต่อไป โดยเก็บรวบรวมข้อมูลออนไลน์ เดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน พ.ศ. 2564

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ท โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้นนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

## สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ รีสอร์ทในอำเภอกระแสนันธุ์ จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนันธุ์ จังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอกระแสนันธุ์ จังหวัดสงขลา ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 420 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 สถานภาพโสด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 71.9 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

พฤติกรรมการใช้บริการรีสอร์ท พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการรีสอร์ท เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลรีสอร์ทจากเพื่อนแนะนำ/รีวิวจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Instagram, YouTube) จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 จองห้องพัก ผ่านโทรศัพท์/เว็บไซต์ของรีสอร์ท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ผู้ร่วมเดินทางเข้าพักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ครอบครัว จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9 ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรีสอร์ทในประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม (ฤดูร้อน) จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 มีระยะเวลาที่เข้าพักโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2 วัน 1 คืน จำนวน 219 คน



คิดเป็นร้อยละ 52.1 มีความถี่ในการใช้บริการเข้าพัก รีสอร์ทในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้ง/ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรีสอร์ทระดับ 3 ดาว จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 โดยเลือกห้องพักห้องพักรูปแบบ Standard Room จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 ราคา รีสอร์ทโดยเฉลี่ยต่อคืนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ คือ 1,001-2,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมทำระหว่างเข้าพัก รีสอร์ท คือ ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในบริเวณรีสอร์ท จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2

ความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอ กระแสสินธุ์ จังหวัดสงขลา พบว่า ในภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.27$ ) พิจารณารายข้อพบว่า ความต้องการลักษณะทางกายภาพด้านเฟอร์นิเจอร์ (Furnishings) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.31$ ) รองลงมา คือ ด้านการออกแบบพื้นที่ (Lay-Out) ( $\bar{X}=4.30$ ) ด้านบรรยากาศ (Ambience) ( $\bar{X}=4.29$ ) และด้านสิ่งประดิษฐ์ (Artifact) ( $\bar{X}=4.20$ ) ตามลำดับ มีรายละเอียด ดังนี้

**ความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอ กระแสสินธุ์ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม**

| ความต้องการลักษณะทางกายภาพ | $\bar{X}$ | SD    | ระดับความต้องการ |
|----------------------------|-----------|-------|------------------|
| บรรยากาศ (Ambience)        | 4.29      | 0.538 | มากที่สุด        |
| การออกแบบพื้นที่ (Lay-out) | 4.30      | 0.539 | มากที่สุด        |
| สิ่งประดิษฐ์ (Artifact)    | 4.20      | 0.567 | มาก              |
| เฟอร์นิเจอร์ (Furnishings) | 4.31      | 0.582 | มากที่สุด        |
| รวม                        | 4.27      | 0.556 | มากที่สุด        |

## อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ รีสอร์ทผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bunrangsee and Pasunon (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 25,000 บาท

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ รีสอร์ทผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรีสอร์ทด้วยวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน สอดคล้องกับ Jiannantana (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทบูติก

โฮเต็ล อำเภอดำรงวิทยารัษฎานุประดิษฐ์ จังหวัดกระบี่ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักแรมในอำเภอดำรงวิทยารัษฎานุประดิษฐ์ จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้าพักรีสอร์ทโฮเต็ลเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลรีสอร์ทจากเพื่อนแนะนำ/รีวิวจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Instagram, YouTube) สอดคล้องกับ Maneekhut and Suthatorn (2020) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของรีวิวออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) จำนวนมากที่สุด และมีการรับชมรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook เพื่อการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวิธีการจองที่พักผ่านโทรศัพท์หรือเว็บไซต์ของรีสอร์ท สอดคล้องกับ สถิติการจองโรงแรมในประเทศไทยประจำปี 2563 โดยจองผ่านเว็บไซต์โรงแรม (การจองตรง) ได้ขึ้นมาเป็นอันดับ 3 จาก 4 ในปีก่อนหน้า โดยส่วนหนึ่งได้อ่านหนังสือการจองตรงของนักท่องเที่ยวไทยผ่านโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” (SiteMinder, 2021) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเข้าพักรีสอร์ท คือ ครอบครัว สอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai and Mouepraman (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ร่วมเดินทางมาพักรีสอร์ทในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ครอบครัวมากที่สุด และสอดคล้องกับ แนวโน้มการท่องเที่ยวเป็นครอบครัวในปี พ.ศ. 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 66 มักพาปู่ย่าตายายไปท่องเที่ยวพักผ่อนพร้อมหน้า สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมแบบครอบครัวใหญ่ของชาวไทย และส่วนใหญ่มีวิธีการเดินทางในการเข้าพักรีสอร์ท โดยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจึงมีความสะดวกสบายมากที่สุด (YouGov, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับ Ipsos (Thailand) Company Limited (2020) ที่ได้ทำการสำรวจอนาคตการท่องเที่ยว (Future of Travel) พบว่า คนไทยกว่าร้อยละ 85 มีแผนเดินทางท่องเที่ยวภายในปี พ.ศ. 2563 และกว่าร้อยละ 84 อยากท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวตามวิถีใหม่ในปัจจุบัน คือ การมีรถยนต์ที่ตอบโจทย์รสนิยม ความสะดวกสบาย ได้ทั้งการใช้ชีวิตประจำวัน และการออกเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว และสอดคล้องกับ Suwannapirom (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และความสวยงามของธรรมชาติที่เกาะช้างเป็นสิ่งดึงดูดใจให้มาเที่ยว ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรีสอร์ทในประเทศไทย คือ กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม (ฤดูร้อน) โดยมีระยะเวลาที่เข้าพักโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ครั้งละ 2 วัน 1 คืน มีความถี่ในการใช้บริการพักรีสอร์ทในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้ง/ปี และเลือกใช้บริการรีสอร์ทระดับ 3 ดาว ซึ่งสอดคล้องกับ Expedia (2017) ได้ทำการสำรวจ และศึกษาข้อมูลเรื่อง ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบครอบครัวในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 ระบุว่าร้อยละ 74 เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว 2 ครั้ง/ปี หรือมากกว่า และสอดคล้องกับ Limrojnkoon (2017) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ โดยระยะเวลาเฉลี่ยที่เข้าพักโรงแรมต่อคืนอยู่ที่ 1-2 คืน มีความถี่

ในการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อปี และส่วนใหญ่เลือกระดับของโรงแรมอยู่ในระดับ 3 ดาว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกห้องพักที่รูปแบบมาตรฐานเลือกใช้บริการรีสอร์ทที่มีราคาโดยเฉลี่ยต่อคืน 1,001-2,000 บาท เนื่องจากส่วนใหญ่เลือกพักรีสอร์ทที่มีมาตรฐานความหรูหราระดับ 3 ดาว และมีกำลังในการซื้อไม่สูงมากนัก และสอดคล้องกับ Pinchumponsang and Jantarakolica (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก ผลการวิจัยพบว่า การตีความของระดับ 3 ดาว คือ ราคาห้องตั้งแต่ 1,000-2,000 บาท ซึ่งห้องพักมีขนาดเล็กที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแบบห้องมาตรฐาน (Standard Room) และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมทำระหว่างเข้าพักพักรีสอร์ท คือ ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงในบริเวณรีสอร์ท

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความต้องการลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทด้านบรรยากาศ (Ambience) อยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รีสอร์ทที่มีการตกแต่งโดยอิงกับทัศนียภาพสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เช่น มองเห็นวิวทิวทัศน์จากธรรมชาติ วิวทะเล เป็นต้น เป็นสิ่งที่ต้องการมากที่สุด สอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai, and Mouepraman (2019) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกในเรื่องห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ห้องพักรูปร่างกว้างขวาง และความสะดวกสบายรอบ ๆ ที่พักเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก และสอดคล้องกับ Montree (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคในการใช้บริการออร์แกนิกฟาร์มจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า การตกแต่งที่สวยงามร่มรื่นเข้ากับธรรมชาติ เช่น มีการปลูกต้นไม้ใหญ่เพื่อให้บรรยากาศมีความร่มรื่น ใช้วัสดุตกแต่งอาคาร และสถานที่ที่มาจากธรรมชาติล้วนเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการ และด้านการออกแบบพื้นที่ (Lay-Out) อยู่ในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการทางด้านรีสอร์ทที่มีจอดรถเพียงพอมากที่สุด สอดคล้องกับ Silanoi and Bourpath (2018) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเข้าพักในโรงแรมสามดาวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการทางด้านสิ่งประดิษฐ์ (Artifact) อยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารีสอร์ท มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง (Wi-Fi) โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ ผลสำรวจของ Expedia (2018) พบว่า อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง (Wi-Fi) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอันดับสูงสุด ถึงร้อยละ 71 และสอดคล้องกับ Sirichan and Kamjai (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความพร้อมในการใช้งาน Wi-Fi และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการทางด้านเฟอร์นิเจอร์ (Furnishings) อยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงาน

สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับรีสอร์ท และส่งมอบบริการที่ดีให้นักท่องเที่ยวที่มาพักได้ สอดคล้องกับ Praneetham, Charusirichai and Mouepraman (2019) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า พนักงานให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อย่างละเอียดและถูกต้อง มีผลต่อการนักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกที่พักแรม

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ลักษณะทางกายภาพด้านบรรยากาศ (Ambience) รีสอร์ทควรคำนึงถึงการสร้างบรรยากาศขึ้นมาใหม่ และคงบรรยากาศที่ธรรมชาติได้สร้างมาไว้แล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้เมื่อเข้ามาใช้บริการ จากการเห็นด้วยสายตาหรือสัมผัส เช่น ตกแต่งด้วยโทนสีสว่าง เพื่อให้ห้องพักดูกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย ดังนั้น ควรมีไฟส่องสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน

2) ลักษณะทางกายภาพด้านการออกแบบพื้นที่ (Lay-Out) สถานที่ตั้งรีสอร์ทควรใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญ เช่น มองเห็นวิวหรือทัศนียภาพจากสิ่งแวดล้อมธรรมชาติได้ในที่พัก มีร้านอาหารให้บริการ รวมถึงควรจัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป ควรแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในรีสอร์ทในการให้บริการ เช่น แบ่งโซนห้องน้ำสาธารณะ สวนอาหาร จุดชมวิว สนามเด็กเล่น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้าพักร่วมกับครอบครัว

3) ลักษณะทางกายภาพด้านสิ่งประดิษฐ์ (Artifact) เน้นความปลอดภัยในการเข้าพัก เช่น มีกล้องวงจรปิด บริการรถรับส่งหรือรถให้เช่า มีแผนที่สถานที่ท่องเที่ยว สร้างความเป็นเอกลักษณ์ผสมผสานกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น มีการขายแพ็คเกจห้องพักราคาพิเศษร่วมกับกิจกรรมประเพณีที่หาได้ยาก เช่น เทศกาลงานบุญเดือนสิบของจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นช่วงฤดูฝนของภาคใต้ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางเข้าพักรีสอร์ทน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ เดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม (ฤดูร้อน) และเดือนพฤศจิกายน-มกราคม (ฤดูหนาว) และควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) เพื่อการคงอยู่ในระยะยาวของกิจการ

4) ลักษณะทางกายภาพด้านเฟอร์นิเจอร์ (Furnishings) พนักงาน คือภาพลักษณ์ของรีสอร์ท ควรให้ความสำคัญในการอบรมการสร้างภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ เทคนิคการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้แก่พนักงาน ส่งมอบบริการด้วยความซื่อสัตย์ ไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงควรออกแบบให้มีความเหมาะสมกับท้องถิ่น และรีสอร์ทในพื้นที่นั้น ๆ เพื่อเป็นการสร้างภาพจำให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ผ้าทอเกาะยอประจำจังหวัดสงขลา นำมาประยุกต์กับเครื่องแบบพนักงาน นอกจากนี้ห้องพักรวมควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ห้องมีหลายประเภทให้เลือก ของใช้ และอุปกรณ์ภายในห้องพักสะอาด และพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

5) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลรีสอร์ทจากสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบการควรเน้นสื่อสังคมออนไลน์ที่เจนเรชันวาย (Generation Y) สนใจเป็นหลัก เช่น Facebook, Instagram, YouTube หรือ Blog Platform เพื่อให้เข้าถึงในทุกการค้นหา ควรเตรียมความ

พร้อมในการให้บริการผ่านเว็บไซต์ของรีสอร์ท และมีส่วนร่วมไปกับโครงการต่าง ๆ ของรัฐบาล ความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุ เช่น มีทางลาดรถวีลแชร์ (Wheelchair) มีมุมสนามเด็กเล่น และที่จอดรถเพียงพอเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบครอบครัวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีการบริการระดับมาตรฐาน ในราคาที่พักที่เข้าถึงง่าย และสถานที่ตั้งรีสอร์ทควรอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เพื่อลดความกังวลและสะดวกในการเข้าถึงที่พัก เนื่องจากวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบถึงปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทและควรขยายกลุ่มตัวอย่างประชากรในช่องทางอื่น ๆ นอกจากช่องทางออนไลน์ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว รีสอร์ท เป็นต้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านจิตวิทยา เพื่อเปรียบเทียบถึงปัจจัยทางภายนอกของนักท่องเที่ยว และศึกษาพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น จังหวัดพัทลุง จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

### References

- Bank of Ayudhya Public Company Limited. (2021). *Business/industry trends 2019-2021*. Search on 26 February 2021. Retrieved from <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/IO/io-hotel-21> (In Thai).
- Booking.com (Thailand) co., ltd. (2020). *Booking.com Reveal the tourism statistics of the people. Thai people prefer to travel in the country to travel closer to home*. Search on 23 April 2021. Retrieved from <https://brandinside.asia/booking-dot-com-travel-statistic-2020/> (In Thai).
- Bowornwathana, B. (2004). *Theories and approaches to education of Public Administration*. Chulalongkorn University.
- Bunrangsee, P. and Pasunon, P. (2018). Factors affecting hotel selection of Thai tourists in Bangkok. *Journal of Thonburi University*, 12 [special issue], 194-205
- Expedia, Group company. (2017). *Expedia reveals Thailand ranks highest in the world for family travel*. Search on 27 April 2021. Retrieved from <https://travelblog.expedia.co.th/press/172220/> (In Thai).
- Expedia, Group company. (2018). *Thai people "champion of hotel/flight booking on mobile and the most travel in the region*. Search on 27 April 2021. Retrieved from <https://mgronline.com/business/detail/9610000043509> (In Thai).

- Ipsos (Thailand) Company Limited (2020). *Research results of tourists around the world still want to travel to Thailand. As for Thai tourists travel in the country*. Search on 22 April 2021. Retrieved from <https://www.362degree.com/2020/07/27/%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%97%E0%B8%B1/> (In Thai).
- Jiannantana, T. (2016). *Factors affecting consumer choice decisions for Boutique hotels in Hua Hin, Thailand*. An independent study, Master of Business Administration, Faculty of commerce and accountancy, Thammasat university.
- Kuprachamit, M. (2015). *Criterion development for making decision in choosing a private school providing more than 2 languages*. Master of Business Administration Thesis Graduate School, Silpakorn University.
- Limrojnkoon, P. (2017). *Factors affecting Consumer of Online Travel Agencies in Thailand*. An Independent Study, Master of Business Administration, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Liu, P. H. E. and Tsai, M. K. (2013). Using augmented-reality-based mobile learning material in EFL English composition: An exploratory case study. *British Journal of Educational Technology*, 44(1), E1-E4.
- Maneechut, P. and Suthatorn, P. (2020). The Influence of Online Review on Travel Planning Behavior of Thai Generation-Y Tourists. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 590-609.
- Maslow, A. H. (1954). The Instinctual Nature of Basic Needs 1. *Journal of Personality*, 22(3), 326-347.
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). *The situation of tourism in the country by province in 2020*. Search on 15 February 2021. Retrieved from [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=594](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=594) (In Thai)
- Montree, W. (2018). *Customer Need of Physical Evidence in Organic farm Service in Maha sarakham Province*. An independent study, Dusit Thani College.



- Phlainoi, N. (1995) *Domestic tourism behavior of Thai tourists proposed to the Tourism Authority of Thailand*. Nakhon Pathom, Pattanakarn Institute Printing House  
ASEAN Public Health, Mahidol University.
- Pinchumponsang, V. and Jantarakolica, K. (2018). Study of Decision Factors to Stay in Hotels and Resort for the gulf of Thailand's West Coast. *RMUTT Global Business and Economics Review*, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. 13(2), 36-50.
- Praneetham, C., Charusirichai, N., Mouepraman, A. (2019). Behavior of Thai Tourists in Selecting Accommodation in Muag District, Surat Thani Province. *Journal of International School of Tourism*, Surat Thani Rajabhat University, 8(1), 91-106.
- Samranjai, J. (2010). Validity Measurement. *Curriculum and Instruction Journal*, Khon Kaen University, 4(2), 1-13.
- SiteMinder Official. (2021). *Site Minder reveals the top 12 hotel booking platforms that make earning the most of 2020*. Search on 22 April 2021. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/920574> (In Thai).
- Silanoi, L., Bourpath, T. (2018). Tourists' Needs Based on the Marketing Mixed Factors at the Services of Three Star-Hotels in Nakhon Si Thammarat Province, Thailand. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*, 13(2), 51-65.
- Sirichan, S. and Kamjai, K. (2018). Consumer behavior affecting the decision making to hostel in muang district, Chiang Mai. *Journal of Interdisciplinary Tracking, Faculty of Management Science*, Buriram Rajabhat University, 2(1), 10-20.
- Songkhla Provincial Office. (2020). *Songkhla Province information 2020*. Songkhla: Strategy and Information for Provincial Development Division. (In Thai).
- Suwannapirom, S. (2017). Tourists' Behavior and Satisfaction Toward Travelling to Koh Chang, Trad Province. *Panyapiwat Journal*, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University. 9(3), 69-79.
- Thongnueakhaeng, Y. (2020). *Krasasin is ready to be a good host. Open the city for tourism*. Search on 5 February 2021. Retrieved from <https://www.77kaoded.com/news/korphai/655758>. (In Thai).
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.



Yeh, S. S. and Huan, T. C. (2017). *Assessing the impact of work environment factors on employee creative performance of fine-dining restaurants*. *Tourism Management*, 58, 119-131.

YouGov. (2018). *Asians travel with families the most, averaging 8 trips per year*. Search on 23 April 2021. Retrieved from <https://www.balancemag.net/11163/> (In Thai).



Panisara kongkaew

Master Student, Hospitality Business Management Concentration,  
Master of Business Administration, Dusit Thani College.



Natnaree Smith, PhD.

Head of Hospitality Business Management Concentration,  
Master of Business Administration, Dusit Thani College.