

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย

นางสาวนัตยา เจริญผล¹ และ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจจำนวน 450 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงแบบไคสแควร์ วิเคราะห์ความแตกต่างของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันแบบ 2-Way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันแบบ Independent Samples t-test

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อปี 30,001-40,000 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับผลการวิเคราะห์พฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับครอบครัว เข้าพักประมาณ 3-7 วัน และจะเลือกที่พักประเภทโรงแรม มีราคาประมาณ 80.86-113.15 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเองและมีการจองห้องพักล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ สำหรับทำเลที่ตั้งของที่พักนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เลือกอยู่ใกล้ทะเลหรือชายหาด และนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เลือกอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ผลสรุปการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกัน สำหรับการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักแตกต่างกัน ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($t = -3.769$, Sig. = 0.000) ด้านบุคคล ($t = -5.485$, Sig. = 0.000) ด้านกระบวนการ ($t = -5.090$, Sig. = 0.000) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($t = -3.411$, Sig. = 0.006) แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ การใช้บริการที่พัก เกาะสมุย

FACTORS AFFECTING THE DECISION TOWARD ACCOMMODATION SERVICE OF FOREIGN TOURISTS IN KOH SAMUI DISTRICT, SURAT THANI: A COMPARISON BETWEEN EUROPEAN TOURISTS AND ASIAN TOURISTS

Miss Nattaya Charoenphon and Dr. Krisada Chienwattanasook

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors affecting the decision toward accommodation services of foreign tourists in Koh Samui District, Surat Thani by comparing between European tourists and Asian tourists. The samples consisted of 450 participants, and the questionnaire was used as an instrument for data collection. Statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and Chi-Square Distribution. Two-Way ANOVA was also used to determine the

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

differences between three or more independent groups while the Independent Samples t-test was used to investigate the difference between two independent groups.

The results of the independent study revealed that the majority of foreign tourists were male with ages ranging from 31 to 40 years old while their marital status was married. The average level of education was Bachelor's degree. Besides, most of them had their own business with the average income from \$30,001 USD to \$40,000 USD per year. Regarding the results of behavior analysis, it showed that the objective of the trip of most of these foreign tourists was to travel and they usually travel with their family. Furthermore, the average duration of stay was between 3 to 7 days, and the hotels with room rates between \$80.86 USD to \$113.15 USD were mostly chosen. Most of these foreign tourists decided on accommodation by themselves and also reserved the room via telephone in advance. Due to the location, most of European tourists chose accommodations close to the sea or the beach while Asian tourists chose to stay close to the communities.

Due to the hypothesis testing, the results showed that different personal factors affected on behaviors of foreign tourists toward the accommodation services in different ways. Similarly, different levels of importance of the marketing mix affected the behaviors toward accommodation services differently. Moreover, the results indicated that both European tourists and Asian tourists differently considered the importance of marketing mix of service business as follows: place ($t = -3.769$, Sig. = 0.000), people ($t = -5.485$, Sig. = 0.000), process ($t = -5.090$, Sig. = 0.000) and promotion ($t = -3.411$, Sig. = 0.006).

Keywords: the services marketing mix, the service of accommodation, Koh Samui

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มีศักยภาพในการทำรายได้ให้กับประเทศไทยสูง ดังนั้นประเทศไทยจึงเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นการค้าบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) ภายหลังจากการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ซึ่งคาดว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยรวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเอเชีย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่คาดว่าจะหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในแถบเอเชียเพิ่มมากขึ้น (มาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2550 : ออนไลน์ และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2554 : 1-2)

จากการสรุปสถิติการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2554 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2554 เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นจากปี 2553 ถึง 20.67% โดยที่รัฐบาลมีนโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและมีการพัฒนาทุกจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง เพื่อเป็นการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปสู่เมืองรองที่อยู่บริเวณใกล้เคียง โดยภาวะธุรกิจภาคใต้โดยรวมไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2555 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2554 ที่ชะลอตัวจากผลกระทบการเกิดอุทกภัยในภาคกลางช่วงปลายปี พ.ศ. 2554 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากราคาพืชผลทางการเกษตรที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง (ส่วนเศรษฐกิจภาคสำนักงานภาคใต้, มีนาคม : 2555)

จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของภาคใต้ ครอบคลุมพื้นที่ป่าดิบชื้นที่อุดมด้วยความหลากหลายของพืชพรรณและสัตว์ป่าและยังมีหมู่เกาะที่มีชื่อเสียง น้ำทะเลใส เช่น เกาะสมุย เป็นเกาะที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างขนานนามให้เกาะสมุยว่าเป็น "สวรรค์กลางอ่าวไทย" เนื่องจากเกาะสมุยมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น สวยงาม มีเสน่ห์แตกต่างกันไป ไม่เพียงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเท่านั้น เกาะสมุยยังพร้อมไปด้วยโรงแรม ที่พัก สนามกอล์ฟ สปา ร้านอาหาร สถานบันเทิง บริการนำเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทำให้เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวควรมีกลยุทธ์ต่าง ๆ และ

ทราบถึงพฤติกรรมในการใช้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจได้สูงสุด (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2551-2553 : ออนไลน์)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรายเดิมสามารถนำข้อมูลที่ได้มาประกอบประกอบการตัดสินใจด้านการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริหารที่พัก รวมถึงการบริการในด้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้
2. ผู้ที่สนใจประกอบการธุรกิจที่พักหรือผู้ที่กำลังตัดสินใจในการลงทุนประกอบธุรกิจที่พักนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารงานและวางแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรายเก่าได้
3. ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปปรับปรุงบริการต่าง ๆ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการที่พักได้รับการบริการที่ดีที่สุด ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีจากการใช้บริการที่พักและเข้ามาใช้บริการซ้ำอีก ทั้งยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการที่พักเพิ่มมากขึ้น
4. หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ และนำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว การให้บริการ การเสริมกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพิ่มมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย โดยปัจจัยที่พิจารณามี 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ดำเนินการวิจัยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวยุโรปและชาวเอเชีย ที่พำนักในที่พักบริเวณอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาการศึกษาระหว่างเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2555 ถึงเดือน มกราคม ปี พ.ศ. 2556 เพราะเป็นช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยว (High Season) ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา ภูมิฐานะ อาชีพ และรายได้ต่อปี ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แตกต่างกันไป
2. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียที่ต่างกัน ส่งผลต่อการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แตกต่างกันไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำงานวิจัยของอริชัย ช้อยชาญชัยกุล (2553) และฉัตรปารี อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) มาเป็นแนวทาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะใกล้เคียงกัน นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบคำถามปิด (Closed form Question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วยชุดคำถามที่มีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักรถ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) และส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลปัญหาในการใช้บริการที่พักรถของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

วิธีการเก็บแบบสอบถามจะทำโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณที่พักต่าง ๆ ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 450 ชุดคำถาม โดยการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตอบแบบสอบถามและรอกลับคืนมา เพื่อนำมาตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ และความเป็นเอกภาพ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำหรับ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา วิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการแจกความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกที่พักในแบบสอบถามส่วนที่ 2

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบาย การให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 และปัญหาในการใช้บริการที่ พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแบบสอบถามส่วนที่ 4

3. สมมติฐานข้อที่ 1 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4. สมมติฐานข้อที่ 2 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent-Samples t test เพื่อการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยทำการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียที่ส่งผลต่อการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (Results and Discussion)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเพศชาย สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียมีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดย นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว แต่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียมีรายได้ต่อปีประมาณ 30,001-40,000 ดอลลาร์สหรัฐ นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในทวีปยุโรปส่วนใหญ่จะเป็นชาวสวีเดนมากที่สุด และนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชียส่วนใหญ่เป็นชาวจีนมากที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาว เอเชียมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยว โดยจะเดินทางมากับครอบครัว และจะเข้าพักเป็นเวลาประมาณ 3-7 วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุยเป็นครั้งแรก สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย 1-2 ครั้งต่อปี ซึ่ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียจะเลือกที่ พักประเภทโรงแรม ท่าเลที่ตั้งของที่พักนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเลือกอยู่ใกล้ทะเลหรือชายหาด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย เลือกทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียเลือกใช้บริการห้องพักแบบเตียงเดี่ยว มีราคาประมาณ 80.86-113.15 ดอลลาร์สหรัฐ โดยจะทำการตัดสินใจด้วยตนเอง และมีการจองห้องพักล่วงหน้าผ่านทาง โทรศัพท์ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะรู้จักที่พักจากโทรทัศน์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียจะรู้จักที่พักจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียมีความคิดเห็นว่าหากมีโอกาสกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอเกาะสมุยอีกครั้งจะ เปลี่ยนที่พักใหม่ โดยในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะนางยวนต่อ แต่นักท่องเที่ยวชาว เอเชียส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะพะงัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ด้านผลิตภัณฑ์ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0007 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยชาวยุโรป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0629 และชาวเอเชีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9385

ด้านราคา : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9611 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านราคาอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยชาวยุโรป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0511 และชาวเอเชีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8711

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9611 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยชาวยุโรป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9940 และชาวเอเชีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7622

บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เดินทางมาพักกับใคร จำนวนวันที่เข้าพัก ความถี่ในการใช้บริการ รูปแบบห้องพักที่เลือก ราคาห้องพักที่เลือก การจองห้องพักล่วงหน้า วิธีการจองห้องพักล่วงหน้า รู้จักที่พักได้อย่างไร ผู้ที่ตัดสินใจเลือกที่พัก ทำเลที่ตั้งที่เลือกที่พัก และโอกาสในการเดินทางมาใช้บริการอีก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการ (7P's)	นักท่องเที่ยว	Independent-Samples t test				
		\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ยุโรป	4.063	0.5599	-2.246	448	0.437
	เอเชีย	3.938	0.6154			
ด้านราคา	ยุโรป	4.051	0.8541	-2.648	448	0.655
	เอเชีย	3.871	0.5593			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ยุโรป	3.994	0.5066	-3.769	448	0.000*
	เอเชีย	3.762	0.7718			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยุโรป	4.019	0.4920	-3.411	448	0.006*
	เอเชีย	3.843	0.5981			
ด้านบุคคล	ยุโรป	4.015	0.6896	-5.485	448	0.000*
	เอเชีย	3.564	1.0231			
ด้านกระบวนการ	ยุโรป	3.941	0.5069	-5.090	448	0.000*
	เอเชีย	3.579	0.9371			
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ยุโรป	3.967	0.7045	-2.764	448	0.057
	เอเชีย	3.789	0.6601			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียกับส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.437) ด้านราคา (Sig. = 0.655) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Sig. = 0.057) ไม่แตกต่างกัน

สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.000) ด้านบุคคล (Sig. = 0.000) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig. = 0.006) และด้านกระบวนการ (Sig. = 0.000) นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) แตกต่างกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างใช้บริการที่พัก

ผลการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียระหว่างการใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย แต่อย่างไรก็ตามปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียส่วนใหญ่ให้ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1. ปัญหามลภาวะทางเสียง (ยุโรป \bar{X} = 2.644, เอเชีย \bar{X} = 2.671) 2. ปัญหาห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่มน้ำมีราคาแพง (ยุโรป \bar{X} = 2.560, เอเชีย \bar{X} = 2.591) และ 3. การบริการของพนักงานไม่มีคุณภาพ (ยุโรป \bar{X} = 2.462, เอเชีย \bar{X} = 2.338)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการที่พักอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพร ศิริโรจน์ (2545) พบว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะทำการตัดสินใจก่อนที่จะเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก สำหรับสิ่งกระตุ้นที่เป็นแรงจูงใจและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกที่พักแรมมาก

ที่สุด คือ ราคาของสถานที่พักแรมโดยจะพิจารณาจากราคาให้เช่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกของสถานที่พักแรม โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการบริการของสถานที่พักแรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหามลพิษทางอากาศและทางเสียง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสัณชัย เกียรติทรงชัย (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีถิ่นที่พำนักอยู่ในทวีปยุโรป โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนและจะเดินทางมากับเพื่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพิ่งเคยเข้ามาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยใช้วิธีการจัดการเดินทางและสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางจากเพื่อน สำหรับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ การมาพักผ่อน โดยให้ความสำคัญมากในด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านของที่ระลึก

ผลการศึกษาเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียต่อการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผลการศึกษาสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P's) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธชัย คณาสิริวัฒน์ (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยเฉลี่ยประมาณ 3-7 วัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักควรมีการวางแผนทางการตลาด ให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเป็นกลุ่ม หรือจัดทากิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและอยากเข้ามาใช้บริการที่พัก ซึ่งผู้ประกอบการอาจมีการจัดเป็นแพ็คเกจท่องเที่ยวรอบเกาะหรือนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับและนักท่องเที่ยวสนใจ เช่น เกาะนางยวน เกาะพังัน และเกาะเต่า

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียจะเลือกใช้บริการห้องพักแบบเตียงเดี่ยว ราคาประมาณ 2,501-3,500 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการนำเสนอบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการที่พัก เช่น บริการซักผ้า บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น หรืออาจจัดเป็นโปรโมชั่นสำหรับลูกค้า เช่น ใช้บริการห้องพักราคาดังกล่าวเป็นเวลา 3 คืนขึ้นไป ท่านจะได้รับบริการนวดผ่อนคลายทันที เป็นต้น เพื่อให้การนำเสนอบริการนั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียจะรู้จักที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนทางการตลาดด้านสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น เว็บไซต์ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคได้ครอบคลุมและทั่วถึง ผู้บริโภคสามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้ตลอดเวลาและเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ

4. นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาครั้งแรกและเลือกที่พักอยู่ใกล้ทะเลหรือชายหาด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามา 1-2 ครั้งต่อปี และเลือกที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ดังนั้นผู้ประกอบการนำข้อมูลนี้ไปวางแผนทางการตลาดและกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งของตนเอง เพื่อเตรียมรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก

5. ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียระหว่างการใช้บริการที่พักโดยรวมอยู่ในระดับน้อย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการให้ความสำคัญ แก้ไข ปรับปรุง หรือทำให้ดีขึ้น เช่น (1.) ปัญหาสถานะทางเสียง แนวทางการแก้ปัญหาผู้ประกอบการอาจขอความร่วมมือจากคนในชุมชนหรือสถาบันบันเทิงที่อยู่ใกล้เคียงให้ลดการใช้เสียงให้น้อยลงหรือในช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว (2.) ปัญหาห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่มมีราคาแพง แนวทางการแก้ปัญหาผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการซื้อวัสดุ อุปกรณ์ รวมถึงวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในแต่ครั้งควรจัดซื้อจำนวนมาก ๆ เพื่อให้ได้ราคาสินค้าที่ถูกลง ทำให้เมื่อนำมาขายราคาก็จะถูกลงด้วย (3.) ปัญหาการบริการของพนักงานไม่มีคุณภาพ แนวทางการแก้ปัญหาผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับพนักงาน ตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน บุคลิกภาพ ทักษะในการปฏิบัติงาน และควรจัดให้มีการอบรม พัฒนาพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรมีการศึกษานักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วง Low Season เพิ่ม เนื่องจากงานวิจัยนี้ได้ศึกษานักท่องเที่ยวในช่วง High Season เท่านั้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วง Low Season เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในช่วง Low Season ซึ่งจะทำให้การศึกษามีความครอบคลุมยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการเป็นรายด้านด้วย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บทสรุป (Conclusion)

การค้นคว้าอิสระนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พัก ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชียที่พำนักในที่พักบริเวณอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจจำนวน 450 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อปี ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกัน ผลการศึกษายังพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($t = -3.769$, Sig. = 0.000) ด้านบุคคล ($t = -5.485$, Sig. = 0.000) ด้านกระบวนการ ($t = -5.090$, Sig. = 0.000) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($t = -3.411$, Sig. = 0.006) แตกต่างกัน โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อนำไปวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งถือเป็นรายได้ที่ทำได้อย่างมหาศาล สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาธุรกิจที่พักให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงนำไปใช้ในการวางแผนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความพึงพอใจได้สูงสุด

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2548. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ฉัตรปารี อยู่เย็น และ อภิสทิธี ตั้งเกียรติศิลป์. 2552. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” รายงานการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อำเภอเกาะสมุย. 2552. “ทะเบียนรายชื่อโรงแรม บังกะโล เกสเฮาส์ และบ้านเช่าพักรับพักราว ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.kohsamuidistrict.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555. การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: เพรินซ์ข้าหลวงพรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- _____. 2548. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- มาตรฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. 2550. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.masai.or.th>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- _____. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2554. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยภายหลังจากการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.kasikornresearch.com>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]

ส่วนเศรษฐกิจภาคสำนักงานภาคใต้. 2555. “ภาวะธุรกิจภาคใต้โดยรวมไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2555”, [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก: <http://www.ryt9.com>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2554. “ตารางการท่องเที่ยวประเทศไทยปี 2554”, [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก: <http://www.suratts.com>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]

_____. 2554. “เปรียบเทียบสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2551-2553”, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.suratts.com>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]

สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. 2555. “ข้อมูลจังหวัดสุราษฎร์ธานี”, [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.suratthani.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2555]

อริชัย ช้อยชาญชัยกุล. 2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในเกาะพีพี จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

