

249078

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



249078

สิทธิพลชอเครีชำนาญใจคนออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย :
กรณีศึกษาอำเภอราชนันท์ จ.เพ็ญราชนบุรี

สิทธิพันธ์ หญประสิทธิ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2555

ฉบับที่นี้เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

600251612

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



249078

อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย :
กรณีศึกษาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี



สิรินันท์ หนูประดิษฐ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย:กรณีศึกษาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี" ของ สิรินันท์ หนูประดิษฐ์ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)



.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์)

.....กรรมการ

(ดร.อัญภักร์ ประพันธ์เนติวุฒิ)

.....กรรมการ

(ดร.อัศวิทย์ อิทธิภูริพัฒน์)

อนุมัติ



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

II พฤษภาคม 2555

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ มนัส ชัยสวัสดิ์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นทั้งที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ อันประกอบไปด้วย ดร.อัญภักดิ์ ประพันธ์เนติวุฒิ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.อัศวิทย์ อิทธิภูมิพัฒน์ กรรมการ และ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ที่ได้กรุณาให้ คำปรึกษาและคำแนะนำทางด้านสถิติ รวมทั้งให้ความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถามใน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ อันได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ จิวเจริญสกุล ดร.สันติธร ภูริภักดี และ Mr.Donald Paul S. Antone ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ด้วยเช่นกัน

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้ การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา และขอขอบคุณ คุณธีรชัย เหล่าชำนาญวุฒิ ที่ให้ การอนุเคราะห์ให้ข้อมูล ช่วยเหลือในทุกด้าน คอยอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี และเป็นกำลังใจ ตลอดมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้ จะมีคุณค่าและเป็นประโยชน์กับทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง

สิรินันท์ หนูประดิษฐ์

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
ผู้วิจัย	สิรินันท์ หนูประดิษฐ์
สถานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ มนัส ชัยสวัสดิ์
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.อัญภักร์ ประพันธ์เนติวุฒิ
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554
คำสำคัญ	เครือข่ายสังคมออนไลน์ การตัดสินใจเลือกที่พัก อำเภอสวนผึ้ง จังหวัด ราชบุรี

บทคัดย่อ

249078

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาอิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีการใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านที่มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดคือ ด้านการติดตามข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ส่วนปัจจัยจากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการตลาด และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยจากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักท่องเที่ยวทุกตัวแปร

Title	THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THAI TOURISTS' CHOICE OF ACCOMMODATION : A CASE STUDY OF SUANPHUENG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE
Author	Sirinun Nupradit
Advisor	Associate Professor Manat Chaisawat
Co - Advisor	Anyapak Prapannetivuth, Ph.D.
Academic Paper	Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management, Naresuan University, 2011
Keywords	social networks, choice of accommodation, suanphueng district ratchaburi province

ABSTRACT

249078

This research aimed to study the influence of social networks on Thai tourists' choice of accommodation: a case study of suanphueng district, ratchaburi province. Quantitative approach was adopted for this study with close-ended questionnaires, collected data from 400 samples. The statistical analysis was percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results show that tourists used social networks for accommodation decision making at the most level. Social networks were used most in the area of searching for information while searching for news and follow up the activities were used at less level. The influential factors for using social networks was social factor at most level where marketing factor played at less level. In addition, it was found that relationships among social networks using behavior and influential factors of using social networks had an impact on Thai tourists' choice of accommodation in all variables.

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
	ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
	สมมุติฐานของการวิจัย.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดของเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	14
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร.....	19
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อ.....	28
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ.....	29
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ.....	33
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในอำเภอสวนผึ้ง.....	34
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	43
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
	การวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อเครือข่าย	
สังคมออนไลน์.....	53
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยจากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	57
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคม	
ออนไลน์ของนักท่องเที่ยว.....	60
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	62
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	93
5 บทสรุป.....	95
สรุปผลการวิจัย.....	95
อภิปรายผล.....	101
ข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	111
ประวัติผู้วิจัย.....	117

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายชื่อที่พักในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	38
2 แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	51
3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จาก สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักจาก เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	54
4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยจากการใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคม ออนไลน์.....	57
5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่พักจาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว.....	61
6 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของนักท่องเที่ยวกับเพศ.....	63
7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ.....	64
8 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ.....	65
9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	66
10 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเลือกที่พัก จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้.....	67
11 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่าย สังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	69
12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่พักจากเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างสถานภาพสมรสกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้.....	70
14	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างสถานภาพสมรสกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้.....	71
15	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	73
16	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	73
17	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้.....	74
18	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้.....	75
19	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	76
20	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	77
21	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้....	78
22	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	81
24	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	81
25	แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้.....	82
26	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้โดยใช้การวิเคราะห์ (Multiple Regression).....	85
27	แสดงผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกที่หัก ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	86
28	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการตัดสินใจเลือกที่หักด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้โดยใช้การวิเคราะห์ (Multiple Regression).....	87
29	แสดงผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	88
30	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้ โดยใช้การวิเคราะห์ (Multiple Regression).....	90
31	แสดงผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสได้ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้โดยใช้การวิเคราะห์ (Multiple Regression).....	92
33	แสดงผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกที่หักจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านผลประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis).....	92
34	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1.....	93
35	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 2.....	94
36	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 3.....	94

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
---	---------------------------	---