

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดใน
เขตพื้นที่พัทยาของนักท่องเที่ยวคนไทย
The decision to use the budget hotel
in Pattaya for Thai tourists

ศักทัศน์ แซ่ฮั่น

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sakatat Saehun

E-mail: Sakatat1156@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา 2.เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา จำแนกตามประชากรและจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยของลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาที่มี อายุ ต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาต่างกัน และ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาที่มีเพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ ผู้ร่วมเดินทาง และช่องทาง การจองที่พัก ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาแตกต่างกัน และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยา ที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ , พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ , โรงแรมราคาประหยัด

Abstract

This research study Have a purpose 1.) to study the decision to use the budget hotels for Thai tourists in Pattaya 2.) To study the decision to use the budget hotels of Thai tourists in the Pattaya Classified by population and by behavior for choosing services

The sample group used in this research is Thai tourists who decide to use the budget hotel in Pattaya. Chon Buri Province, 400 people by using questionnaires as a tool for data collection. Statistics used in analysis Hypothesis test results The personal factors of Thai tourists who choose to use the budget hotels in Pattaya of different age makes the decision to use the budget hotels in Pattaya differently and the personal factors of the Thai tourists that Decided to use a budget hotel in Pattaya with sex Marital status Differences in education, occupation, and income make the decision to choose a budget hotel in Pattaya not different. The behavior of choosing to use the service of Thai tourists with rationale in choosing to use the service Travel companion And the way to reserve accommodation Different Makes the decision to use the budget hotel services in Pattaya different And the behavior of choosing to use the service of Thai people who decide to use the budget hotel services in Pattaya Which has different length of stay, therefore making the decision to use the budget hotel in Pattaya not different
Keyword: Service decision making, service behavior, budget hotels

บทนำ

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำรายได้จํานวนมหาศาลให้กับประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอุตสาหกรรมประกอบด้วย ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรม ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยว ได้การเปลี่ยนแปลงมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นแบบเดินทางด้วยตนเองมากขึ้นทำให้ตลาดโรงแรม 3 ดาวและต่ำกว่า 3 ดาวหรือโรงแรมราคาประหยัด มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งการลงทุนจะมีการกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดที่มีความนิยมในการท่องเที่ยว เช่น พัทยา โดยโรงแรมขนาดกลางไปถึงราคาประหยัด มีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น และความสามารถในการแข่งขันด้านราคาที่มีอย่างจำกัด ทำให้สร้างความได้เปรียบให้กับกลุ่มโรงแรมขนาดกลางไปจนถึงโรงแรมราคาประหยัด รวมไปถึงการมองไปถึงกลยุทธ์ที่จะดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา

จําแนกตามประชากรและจําแนกตามพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ

ขอบเขตงานวิจัย

1. การทำวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พัทยานําน 400 คน

2. การทำวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พัทยา 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ซึ่งได้แก่ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ได้แก่ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ระยะเวลาในการเข้าพัก ผู้ร่วมเดินทาง และช่องทางการจองที่พัก ซึ่งได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจําหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี
2. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในพื้นที่พญาจังหวัดชลบุรี
3. ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในพื้นที่พญาจังหวัดชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

1.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (2003 อ้างถึงใน ชลธิชา เตชวีธรรมงคล 2559) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงสาเหตุของใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่มีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ

2.แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2550 อ้างถึงใน อภิวิทย์ ยืนสถาพร 2558) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวกลางสื่อข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

อริชา อัยยะศิริ (2558) การศึกษาถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เป็นการประเมินถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าการตัดสินใจซื้ออย่างไร การใช้สินค้าหรือบริการประเภทไหนใช้ทำอะไร ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากทางไหนบ้างและผลตอบรับจากการใช้สินค้าหรือบริการว่ามี ความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เพื่อผู้ประกอบการจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงพัฒนาสินค้า หรือบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธิชา เตชวีธรรมงคล (2559) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผลวิจัยพบว่า

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ที่แตกต่างกัน จะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดพบว่า

- ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ทิศทางตรงกันข้าม คือนักท่องเที่ยวต้องการที่พักที่มีขนาดเหมาะสมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- ด้านราคาพบว่าลูกค้ามองความคุ้มค่าของเงินที่ต้องจ่ายไปมากที่สุดรองลงมาคือความเหมาะสมของราคากับระดับของโรงแรมและมองความหลากหลาย ของราคาที่พักภายในโรงแรม

- ด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกมากที่สุดและ และลูกค้าสามารถจองห้องพักได้หลายทาง
- ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือโรงแรมมีการออกบูธในงานท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ รองลงมาคือการส่งเสริมการตลาดที่ร่วมกับบัตรเครดิต
- ด้านบุคลากรพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานมากที่สุดรองลงมาคือความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานและความสุภาพของพนักงาน
- ด้านกายภาพพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ดีของโรงแรมมากที่สุดรองลงมาคือความสะดวกของโรงแรมและโรงแรมที่ชัดเจน
- ด้านกระบวนการในการให้บริการพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการความถูกต้องของข้อมูลและความเสมอภาคในการให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความแปรปรวนที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ลักษณะของประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาจังหวัดชลบุรี ด้านเพศ ด้านอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและด้านรายได้ และ และด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญา ได้แก่ เหตุผลในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ระยะเวลาในการเข้าพัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และช่องทางการจองโรงแรม

2. สถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาห้องกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลทางสถิติแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้ LSD

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญา ห้องกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติ t-test

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พญา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 สถานภาพโสด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม โดยเรียงลำดับได้แก่ ด้านด้านบุคลากร/พนักงานให้บริการ ด้านราคา ด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ผลการการตัดสินใจหน้าใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่

พญาต่างกัน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน

3. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจหน้าใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีไทย เหตุผลในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคา ผู้ร่วมเดินทาง และช่องทางการจองห้องพัก ต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาต่างกัน และ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการเข้าพัก ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

1.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับห้องพักที่มีความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับ นิภาภรณ์ แสงสว่าง เกรียงศักดิ์ อาภามงคล (2555) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยว ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งนี้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือความปลอดภัยให้ความสำคัญมากที่สุด

1.2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับราคาห้องพักมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์(2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวยุโรปเลือกพักในโรงแรมแบบโฮสเทล เนื่องจากเป็นประเทศเขตร้อนมีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ทำให้สามารถอยู่ได้หลายวัน

1.3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโรงแรม สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริโชติบัณฑิต (2548 อ่างถึงโนชลธิณี อยู่คง 2555) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมว่าจะใช้ที่ระดับชั้นแต่ละชั้นจะมีคนกลางมากน้อยก็ รายเพื่อให้สินค้าและบริการกระจายครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย จะจัดตั้งสถานที่จัดจำหน่ายที่ไหนคลังสินค้าที่ไหนกระจายสินค้าอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด

1.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการที่เห็นข้อมูลของโรงแรมจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ(2547อ่างโนชลธิณี สิริวาริปรภรณ์ 2558) การส่งเสริมการตลาดการส่งเสริมการตลาดการส่งเสริมการขายเป็นการที่ผู้ขายและผู้บริโภคหรือผู้ซื้อติดต่อกัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสื่อสารแจ้งเตือนหรือชักจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการ โดยการเน้นชักจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้นรวดเร็วขึ้น

1.5 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านพนักงานและบุคลากรผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานของโรงแรมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2550อ้างถึงใน อภิวิทย์ ยืนสถาพร2558)ด้านบุคลากร ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าพนักงานต้อนรับจะต้องมีทัศนคติ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่บริษัทได้

1.6 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความสะอาดบริเวณโรงแรมโดยรอบ โรงแรม ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต(2548 อ้างถึงในชลธิณี อยู่คง 2555)ด้านสิ่งแวดล้อม การให้บริการหมายถึงสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆที่ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความสะดวกรบายต่อการเข้ารับบริการ

1.7 การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการให้บริการด้วยความเสมอภาค ซึ่งสอดคล้องกับสุดาตวง เรืองรุจิระ (2543 อ้างถึงในสุธินี แซ่เฮง 2554) ด้านกระบวนการเพื่อการส่งมอบคุณภาพในการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นการส่งมอบสินค้าและบริการที่ผ่านกระบวนการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตาม ลักษณะของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มที่ตัดสินใจใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญา สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่พญาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย สิริวาณีปกรณ์ (2558) ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่เลือกใช้บริการของโรงแรมไอพีชและโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงแรม 2 ดาวเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนผู้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว ผู้บริการจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

2.2 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดโดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาวแตกต่างกัน

2.3 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่พญาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี สถานะภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 5 ดาวในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน

2.4 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่พญาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นาดยา เจริญผล (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียมีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี

2.5 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่พหุวิทยาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ฉัตรชัย สิริวาณีปกรณ์ (2558) ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เลือกใช้บริการของโรงแรมไอพีซีและโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปว่า ผู้ใช้บริการโรงแรม 2 ดาวและโรงแรมระดับ 4 ดาวมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2.6 ลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตพื้นที่พหุวิทยาโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรางคณา แก้วตา (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตมีรายได้เฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท

3. ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Kother (2003 อ้างถึงใน ชลธิชา เดชวีชรมงคล 2559) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงสาเหตุของใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่มีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อโดยจุดเริ่มต้นอยู่ที่สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ

3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระยะเวลาในการเข้าพักต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมต่างกัน สอดคล้องกับ สุนทรีย์ ศิริจันทร์(2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะท่องเที่ยวแบบแบคแพคเกอร์ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากเป็นประเทศเขตร้อนมีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ทำให้สามารถอยู่ได้หลายวัน

3.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีผู้ร่วมเดินทางต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมต่างกัน สอดคล้องกับ สุรางคณา แก้วตา (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาในลักษณะของหมู่คณะและบริษัทนำเที่ยว

3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่องทางการจองที่พักต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต (2548 อ้างถึงในชลธิณี อยู่คง 2555) ช่องทางการจัดจำหน่าย คือการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมว่าจะใช้ที่ระดับชั้นแต่ละชั้นจะมีคนกลางมากน้อยก็รายเพื่อให้สินค้าและบริการกระจายครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมาย จะจัดตั้งสถานที่จัดจำหน่ายที่ไหนคลังสินค้าที่ไหนกระจายสินค้าอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมราคาประหยัดดังนี้

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดไม่ต่างกันและชาวไทยที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน

1. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ชื่อเสียงของโรงแรม ความหลากหลายห้องพักนักท่องเที่ยวได้เลือกความเหมาะสมของการตั้งราคา การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

2. ด้านระยะเวลาในการเข้าพักผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการเข้าใช้บริการต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ การนำเสนอรูปแบบการบริการให้เหมาะสมจำนวนวันเข้าพักของลูกค้า

3. ด้านผู้ร่วมเดินทางผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางต่างกันทำให้ ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทางผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับ รูปแบบของกิจกรรมตามผู้ร่วมเดินทาง

4. ด้านช่องทางการจองที่พักผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีการจองโรงแรมในช่องทางการจองที่พักที่ต่างกัน ให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตพื้นที่พญาไม่ต่างกัน ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจองห้องพักในด้านต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชัย ศิริวาริปกรณ์.(2558) กรณีศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการของ โรงแรมไอบิสและโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ชลธิชา เตชวชิรมงคล.(2559) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ชลธิณี อยู่คง. (2555). กรณีศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ ใช้บริการโรงแรม จังหวัดระนอง,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน สุนันทา

นารถยา เจริญผล.(2555).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และชาวเอเชีย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

นิภาพรณ์ แสงสว่างและ เกรียงศักดิ์ อภามงคล.(2555).ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว.งานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สุธิณี แซ่เฮง.(2554). พฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การ ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี รา ช ม ง ค ล ธัญบุรี

สุนทรีย์ ศิริจันทร์.(2561). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่.การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่

สุรางคณา แก้วตา.(2557)ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อริชา อัยยะศิริ.(2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ พัก ของนักท่องเที่ยวชาว
สิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา
อภิวิทย์ ยั่งยืนสถาพร.(2558). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้ห้องบันทึกเสียงสร้างมูลค่า
สำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ