กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

THE DECISION PROCESS FOR CHOOSING HOTEL ACCOMODATION IN HUA-HIN DISTRICT OF PEOPLE IN BANGKOK AREA

ดวงกมล บุญจันทร์
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Doungkamol Boonchan
Email: Doungkamol.boonchan@gmail.com, Faculty of Business Administration
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding Author

บทคัดย่อ

การศึกษาการวิจัยในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อที่จะทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสำหรับเจ้าของกิจการธุรกิจที่พักและโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน รวมไปถึงยังเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจจะลงทุนทำธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินอีกด้วย ว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นอย่างไร และมีเหตุผลหรือตัวแปรด้านใดบ้างที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักและโรงแรม

คำสำคัญ : การเลือกใช้บริการที่พักโรงแรม, ที่พักโรงแรมในหัวหิน

Abstract

Research studies on the topic the decision process for choosing hotel accommodation in Hua Hin district of Bangkok population this time it was created in order to show more clear results from data collection and opinions from sample groups. To be a guideline for development and improvement for property and hotel business owners in Hua Hin district As well as useful information for those interested in investing in hotel accommodation in the Hua Hin district. What consumers think and what are the reasons or variables in deciding to use accommodation and hotels?

Keywords: Choosing the hotel accommodation, Hotel accommodation in Hua-Hin

บทนำ

ในปัจจุบันคนเราใช้เวลาเกือบ 70% หมดไปกับการทำงานที่เคร่งเครียด โดยเฉพาะเมื่อกล่าวถึงชีวิตของคนทำงานในเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครแล้วนั้น การใช้ชีวิตประจำวันในการทำงานเป็นไปด้วยความลำบาก ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางไปทำงาน ซึ่งแน่นออยู่แล้วว่าในกรุงเทพฯ การเดินทางเป็นสิ่งที่จะทำให้ทุกคนเกิดอาการเครียดมาเป็นอันดับต้นๆ เพราะการจราจรที่ติดขัดโดยเฉพาะในชั่วโมเร่งรีบที่ทุกคนล้วนจะรีบเร่งเดินทางไปทำงาน บางคนมีรถยนต์ส่วนตัว แต่บางคนต้องใช้บริการรถสาธารณะ ซึ่งอาจจะลำบากกว่าผู้ที่มีรถยนต์ส่วนตัว เพราะเราจะคาดเดาไม่ได้และไม่สามารถกำหนดเวลาได้เลย นอกจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดแล้วนั้น ปัญหาที่ตามควบคู่กันมาก็คือ มลภาวะหรือมลพิษทางอากาศ เพราะควันพิษจากรถยนต์ในกรุงเทพฯ เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหานี้ขึ้นมา แต่ไม่ว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคใดๆนอกเหนือจากนี้ เราทุกคนก็ยังคงต้องดำเนินชีวิตและปฏิบัติหน้าที่ทางการงานที่เราต้องรับผิดชอบของเราต่อไป

การท่องเที่ยวพักผ่อน จะเป็นสิ่งที่ควบคู่มากับธุรกิจที่พักและโรงแรม เพราะการไปพักผ่อนเราจำเป็นต้องพักค้างคืนที่โรงแรมหรือรีสอร์ทในจังหวัดนั้นๆที่เราเดินทางไป ด้วยความเป็นมาในส่วนนี้เองจึงได้เกิดหัวข้อการวิจัยในครั้งนี้เกิดขึ้น คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เหตุผลในการเลือกพื้นที่ในเขตอำเภอหัวหินก็คือ เป็นเขตอำเภอที่ทุกคนรู้จักมากอย่างกว้างขวางและแพร่หลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักมายาวนาน และที่สำคัญเป็นสถานที่ที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางมาได้ง่าย ใช้เวลาไม่นาน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาโดยแบ่งจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน และยังศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่มีความแตกต่างกันทำให้มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสำหรับเจ้าของกิจการธุรกิจที่พักและโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัด

สมมติฐานการวิจัย

1.ประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินต่างกัน

2.ปัจจัยด้านส่วนประสมทางตลาดบริการ (4P's) ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในหัวข้อ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร เป็นการสำรวจจากประชากรในทุกๆด้าน โดยเราสามารถแบ่งและจำแนกขอบเขตทางด้านประชากรออกมาได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีตัวอย่างดังต่อไปนี้ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ขอบเขตด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) เป็นการกำหนดขอบเขตย่อยเชิงลึกในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นตัวแปรอีกช่องทางที่จะสามารถทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้ มีผลลัพธ์ที่เที่ยงตรงและแม่นยำมากที่สุด โดยเราสามารถแบ่งและจำแนกปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ออกมาได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย ขอบเขตทางด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายจะเป็นการสำรวจและสอบถามจากประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการที่พักและโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน สำหรับเหตุผลที่เราได้ทำการคัดเลือกขอบเขตของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องด้วยจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครมีจำนวนมาก และแต่ละคนล้วนมีความหลากหลายที่แตกต่างกัน ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทางความคิดและทัศนคติต่อการสำรวจในด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครในครั้งนี้

4. ขอบเขตด้านเวลา ในการทำวิจัยในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ มีการกำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาที่ชัดเจนคือ อยู่ในช่วงระหว่าง เดือนเมษายน 2563 ถึง เดือนกรกฎาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งจำแนกตามด้านประชากร และส่วนประสมทางการตลาด

3. เพื่อให้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจ หรือต้องการจะลงทุนทำธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน สามารถวางแผนและศึกษาข้อมูลเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและศึกษากลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการจากตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผลการวิจัยนี้ได้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรณ์ศาสตร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อ การวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญประกอบด้วย

แนวคิดและทฤษฎีด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต Solomon (1996) ได้อธิบาย รูปแบบการดำเนินชีวิตในเชิงผู้บริโภคว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนๆ กัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และซื้อขอของที่คล้ายกัน ดังนั้นนับเป็นโอกาสที่ดีของนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์หรือ ผลิตสินค้าให้ตรงกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มคนต่าง ๆ เหล่านี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เลวิทท์ (พิบูล ทีปะปาล, 2543 : 109 อ้างจาก Levitt. n.d.) ได้กล่าวไว้ว่าก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร่งเร้าจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการและจากความต้อการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการเรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการดังนี้ 1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) 2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) 3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed)

แนวคิดและทฤษฎีด้านการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเที่ยว ซึ่งกระบวนการซื้อของผู้บริโภคมี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การกระตุ้นและตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยเห็นได้ว่าสิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจ

สินค้าทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูล ซึ่งงอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตนโดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output)

แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543: 26) กล่าวในเรื่องตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับด้านที่พักและโรงแรม เฮนคิน (Henkin, 1979 : 3 - 4) ได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท 1. โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) 2. โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) 3. โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel) สำหรับที่พักประเภทอื่นๆ ซึ่งจัดขึ้นเพื่อบริการแขกนอกจาก 3 ประเภทดังกล่าวแล้ว ได้แก่ โมเตล (Motels) มอร์เตอร์โฮเตล (Motor Hotels) บ้านแบ่งเช่า (Rooming Houses) แคมป์พักแรม (Tourist Camps) และบ้านพักนักท่องเที่ยว (Tourist Houses) (Henkin, 1978 : 5)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวลลิตา ยุรยาตร์ ได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักรีสอร์ทในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันต์ โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย 179 คน และเพศหญิง 221 คน อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 25-29 ปี สถานภาพโสด เป็นส่วนใหญ่ โดยระดับการศึกษาเฉลี่ยคือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาน 1,000 – 2,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับสถานที่ตั้งมากที่สุด และชอบลักษณะที่พักในแบบโรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่จะชอบลักษณะที่พักที่มีความใกล้ชิดธรรมชาติมากที่สุด

นางสาวอรุณี ลอมเศรษฐี ได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 204 และเพศหญิง 196 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา อายุเฉลี่ย 25-35 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 40,001 – 50,000 บาท โดยปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ ด้านที่พักและบริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถิติและรวมรวมข้อมูลและสรุปผลโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่ศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวมรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

2. กลุ่มตัวอย่างของประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เคยเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน ในพื้นพื้นจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องมีการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของ (Yamane

3. สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัยและนำมาสู่ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยมีการแบ่งส่วนของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน

4. ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยได้มีการนำแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย นำเสนอให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาว่ามีความครอบคลุมทุกเนื้อหาสาระในงานวิจัยหรือไม่ รวมถึงการใช้ภาษาว่ามีความเหมาะสมและถูกต้องตามหลักงานวิจัยมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้หากมีคำแนะนำหรือให้ปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก็ทำการแก้ไขก่อนที่จะนำไปใช้จริง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้วนั้น ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัย

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ด้าน การแสวงหาข้อมูล ให้ความคิดเห็นในระดับมาก คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก และ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ส่วนให้ความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร

2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ สถานภาพ อายุ ที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน ไม่ต่างกัน

2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ประชาชนในเขตเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่ต่างกัน โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการในการเลือกที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินตามความพึงพอใจของตนเอง แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านทางเพศที่แตกต่างกัน ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในโรงแรมที่หัวหิน

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความหลายหลายทางอายุ เพราะฉะนั้น ความต้องการในการเลือกซื้อที่พักหรือโรงแรมย่อมมีปัจจัยที่แตกต่างกันออกไป ตามช่วงวัย เช่น วัยเด็ก อาจจะต้องการที่พักหรือโรงแรมที่ตอบสนองความต้องการทางด้านกิจกรรมต่างๆ ภายในโรงแรม ไม่ว่าจะเป็น สวนน้ำ หรือสระว่ายน้ำ เป็นต้น

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน แต่ทุกคนล้วนมีต่างมีความต้องการในการท่องเที่ยวพักผ่อนไม่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นสถานภาพไหนๆ เช่นสถานภาพโสด ก็สามารถไปท่องเที่ยวได้กับกลุ่มเพื่อน หรือ หากมีสถานภาพสมรสแล้ว ก็ยังคงไปท่องเที่ยวได้กับครอบครัว ซึ่งถือว่า สถานภาพไม่มีผลต่อการท่องเที่ยว

4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชากรในกรุงเทพมหานคร มีความหลายหลายทางด้านการศึกษา บางคนมีสถานะทางการศึกษาในระดับสูงก็จะมีปัจจัยหรือตัวแปรด้านต่างๆ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบการตัดสินใจเลือกที่พักและโรงแรม ว่ามีความคุ้มค่าและเหมาะสมกับราคาที่ได้จ่ายไปหรือไม่ แต่ในขณะที่ประชากรที่มีสถานะทางการศึกษาลดลงมาก็จะไม่มีเงื่อนไขในการเลือกใช้บริการที่พักและโรงแรมได้มากเท่าที่ควร แต่อาจจะมีปัจจัยด้านในด้านหนึ่งที่เป็นตัวชี้วัดในการจะตัดสินใจซื้อที่พักและโรงแรมได้ เช่น ปัจจัยทางด้านราคา เป็นต้น

5. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านอาชีพที่แตกต่างกัน แต่ความต้องการในด้านการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนในโอกาสต่างๆ ไม่แตกต่างกัน เพราะทุกคน ทุกอาชีพ ล้วนมีความต้องการที่จะเกินทางท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการที่พักและโรงแรมเสมอ

6. ประชาชนในประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ถึงแม้ว่าประชาชนในประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน แต่ไม่ส่งผลทำให้เกิดการเลือกซื้อที่พักโรงแรมที่ต่างกัน อาจเป็นผลมาจาก เนื่องจากในยุคสมัยนี้ สื่อ Social media หรือ

Social Network ต่างๆ เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนอย่างมาก เช่น เราอาจจะเห็นคนมีชื่อเสียง ดารา นักแสดง ไปใช้บริการที่พักโรงแรมในที่ต่างๆ ที่มีราคาค่อนข้างสูง แต่ตัวโรงแรมนั้นๆ เป็นที่นิยมในหมู่คนดัง ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เราอยากไปสัมผัสบรรยากาศในแบบนั้นบ้าง แม้ว่าราคาของที่พักจะค่อยข้างสูง แต่ความต้องการของตัวบุคคลมีมากกว่า จึงทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อการเลือกซื้อที่พักและโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรมจึงไม่ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านประชากร ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านสถานภาพ ดังกล่าวข้างต้น แต่ควรหันมาคำนึงถึงเรื่องของ ปัจจัยด้านประชากร ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพราะปัจจัยดังกล่าวข้างต้นนั้น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ธุรกิจที่พักและโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อมาบริหารจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าที่มี ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่หลากหลาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในระดับความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆที่อาจจะมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตอำเภอหัวหินของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านความพึงพอใจ และนำข้อมูลที่ได้รับไปจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านส่วนประสมการทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลายหลายยิ่งขึ้น ควรขยายขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น ประชาชนในเขตอำเภออื่นๆ หรือจังหวัดอื่นๆ ที่เคยไปใช้บริการที่โรงโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน เพื่อศึกษาความแตกต่างทางสังคม ค่านิยม ความคิด ของประชากรที่ทำการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะสังคมศาสตร์.

กฤตินา จันทร์หวร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าก๊ิฟช็อปผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์* การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ คณะมนุษย์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จันทิมา รักมั่นเจริญ .(2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอ แม่สาย จังหวัดเชียงราย.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). *แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว* การวิจัยเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน. *กระบวนการโฆษณา หน่วยที่ 7 ในชุดวิชา* หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2552 อ้างอิงถึง Well, 2008. และอ้างอิงถึง Kerin, Harthley, and Rudelius, 2007.

ธนัสถ์เกษมไชย ยานันท์. (2544). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์/กรุงเทพฯ.* การค้นคว้าอิสระ วาสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์* หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสาร

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *นิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว* อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : บริษัท ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พริ้นติ้ง จำกัด.

ปาณิศรา สิริเอกศาสตร์. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปลาเส้นของผู้บริโภค* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

พิบูล ทีปะปาล. (2543). *แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว* การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

พิบูล ทีปะปาล. (2545). *แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด* หลักการตลาด: ยุคใหม่ศตวรรตที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.

พิมพิกา ศรีจุมปา, สุธีรา อะทะวงษา. (2017). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกชุมชนของผู้บริโภคใน เขตเทศบาลตำบลท่าสาย อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ฟิลลิป คอตเลอร์. (Philip Kotler) *แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด* ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) [ออนไลน์].http://spssthesis.blogspot.com/. (สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558).

ลลิตา ยุรยาตร์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักรีสอร์ทในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันต์* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญญบุรี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์* พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.การจัดการและพฤติกรรมองค์กร.กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2550.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด* สำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler.

โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). *แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความรู้เบื้องต้นทางจิตวิทยา /* โสภา ชูพิกุลชัย. กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2529.

อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการ ที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจ ระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญญบุรี.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). *แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด* กลยุทธ์การตลาด (พิมพค์ฐ้งที่2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

อาภรณ์ ภู่วิทยานันท์. (2547). *แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด* Career development in practice.กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

Kotler& Keller. (2009). *แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์* Marketing management (13th ed.). Pearson Prentice Hall.

Solomon. (1996). *แนวคิดและทฤษฎีด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต* M.R. Consumer Behavior: Buying, Having and Being. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.