

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา

Factors affecting the selection of three-star hotels in Pattaya

ชรินทร์ อิมกมลเศรษฐ์

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Charinporn imkamolset

E-mail: 6014154067@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อที่พัก 1 คืน ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จึงสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8, ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5, ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5, ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3, ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0, นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพัก 1-2 วัน จำนวน

219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8, ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อที่พักรวม 1 คืน 1,000-2,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3, ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารทาง Internet / Social Network จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ตามลำดับ (2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ นักท่องเที่ยว; โรงแรม; พัทยา

ABSTRACT

This study about factors affecting the selection of three-star hotels in Pattaya. The aim of this study is to figure out the factors which are related to products, prices, place, promotion, people and process. Furthermore, in terms of physical presentation, this factor depends on many individual circumstances such as gender, age, status, monthly income, career, period of staying, average expense per night and channels of receiving information. People that were selected in this study are Thai tourists in Pattaya. Group of samples which gave information from questionnaire are 400 sampling people. To collect data, the questionnaire with data analysis through computer programme was applied to find out frequency, percentage, average (\bar{X}) and standard deviation (SD).

The result of this research (1) from 400 tourists answered our questionnaire shows that 209 females which is 52.3% and 191 males which is 47.8% gave information. Most of them are 150 people in between 26-35-year-old which is 37.5%, Then, To concern about their status, the result shows that 51.5% or 205 people are single, 169 people or 42.3%, have average salary about 10,000-25,000 Baht, In case of their occupation, most of sample, 35.0% or 140 people, work in private companies, According to the result, 219 people or 54.8% mostly stay in the hotel for 1-2 days, Due to average expense per night, 157 people or 39.3% spent around 1,000-2,000 Baht, Anyway, most of tourists around 252 or 63.0% received tourism information from internet or social network. (2) the factor that affect to the decision of the tourist to stay in three-star hotels can be depending on many factors. In summary, every factor can be including from most to least important are people, physical presentation, service process, prices, products, place and marketing promotion, respectively.

Keyword: tourists; hotels; Pattaya

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้นับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขาย การบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึง รายได้ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ

ธุรกิจโรงแรม ถือว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในด้านการสร้างงานและอาชีพให้แก่ชุมชนนั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ปัญหาที่เกี่ยวกับโรงแรม 3 ดาวในพัทยาพบว่าปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ การที่มีห้องพักโรงแรมหรือที่พักแบบอื่นที่ไม่ใช่โรงแรม เช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และอื่น ๆ ล้นตลาด ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากมายในการเลือกใช้บริการพักรวม จึงเป็นสาเหตุทำให้จำนวนห้องพักในโรงแรมมากเกินความ แต่เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยายังคงเพิ่มขึ้น จึงทำให้พัทยาไม่มีปัญหาห้องพักโรงแรมเกินความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่การเติบโตของตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ส่งผลให้การปรับเพิ่มราคาห้องพักโรงแรมทำได้ยากขึ้น โครงสร้างราคาต่ำและการปรับเพิ่มราคาได้ยากนี้จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรม ซึ่งปกติมีต้นทุนการดำเนินงานสูง จนส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมบางแห่งหันมาลงทุนในส่วนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มากขึ้น โรงแรมระดับ 3 ดาวในพัทยา ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในระดับสูงกว่า ท่ามกลางแนวโน้มที่เซ่นโรงแรมขนาดใหญ่ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มโรงแรมระดับ 3 ดาวมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนและเตรียมพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของฐานนักท่องเที่ยวระดับกลาง จึงมีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จำเป็นจะต้องเตรียมตัวรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมขนาดกลางและเล็ก นอกจากนี้ปัญหาที่พักรวมที่ไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการอีก จึงก่อให้เกิดปัญหาสำหรับธุรกิจที่พักรวม และจะเกิดผลกระทบกับสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน เศรษฐกิจในชุมชน อาจไปถึงระดับประเทศได้ แม้ว่าจำนวนที่พักรวม ประเภท และระดับของที่พักของเมืองพัทยามีหลากหลายก็ตาม

จากเหตุผลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา เพื่อที่จะหาแนวทางที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการเตรียมพร้อมด้านการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีน ที่มาใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา ซึ่งมุ่งศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อที่พัก 1 คืน และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยครั้งนี้จะศึกษา ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2562

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระยะเวลาที่เข้าพัก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คืน และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา
2. เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการในการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการโรงแรมเพื่อให้ประสบผลสำเร็จต่อไป

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นเครื่องมือประกอบการวิจัย มีหัวข้อดังต่อไปนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, น.29) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด(Marketing Mix) คือ องค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานทางด้านการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่กิจการสามารถทำการควบคุมได้ โดยพื้นฐานของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) จะประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมเรียกว่า 4P's แต่สำหรับธุรกิจบริการจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัย คือ ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) รวมเรียกได้ว่าเป็น 7P's

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552, น. 80-81) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอ บริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์
5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การที่ธุรกิจจะดำเนินกิจการไปได้ด้วยดีนั้น ล้วนมาจากทุกปัจจัยทั้ง 7 ข้อข้างต้น ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์และแผนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ออกมานั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความประทับใจ จนกลายเป็น (Loyalty Customer) ในที่สุด นี่จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจการให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐธิดา เทพสุทิน (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาวในชั้นไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพัทยา ผลปรากฏว่า ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น ปัจจัยด้านบุคลากรและรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาวในชั้นไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพัทยา

จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะขาม จังหวัดเชียงราย ผลจากการศึกษาปรากฏดังนี้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านราคาและความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศและรายได้) ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศและระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ท ที่แตกต่างกัน

ธิดารัตน์ เหมือนเดชา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์ การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์ และวิเคราะห์การพัฒนาปัจจัยทางการตลาด ธุรกิจโรงแรม จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ กับ เชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 385 คนและกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 9 สถานประกอบการจากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร

ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก และผู้ใช้บริการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีน ในเขตพัทยา * กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่อาจจะไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงสำรวจกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน และ นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 200 คน และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัย ได้สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้ในการพักผ่อน/ครั้ง ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร มีคำถามจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา มีจำนวน 35 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด, 4 = ระดับความสำคัญมาก, 3 = คะแนนระดับความสำคัญปานกลาง, 2 = คะแนนระดับความสำคัญน้อย, 1 = คะแนนระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วใช้คะแนนเฉลี่ยของประชากรแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณ ความกว้างของอันตรภาคชั้นของ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 หน้า 29) ในการแปลความหมายของอันตรภาคชั้น คือ เกณฑ์การแปลความหมาย 1.00 – 1.8 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด, 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย, 2.61 – 3.40 หมายถึง

ระดับความสำคัญปานกลาง, 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก, 4.21– 5.00 หมายถึงระดับความสำคัญมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล, ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา

ผลการวิจัย

ตอนที่1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา มีนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 และเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8, ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปีจำนวน150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ 18 - 25 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3, 36 - 45 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5, 46 - 55 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5, มากกว่า 55 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8, น้อยกว่า 18 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ, ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0, หย่าร้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ อื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ, ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา 25,001-40,000บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8, 40,001-55,000บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8, มากกว่า 70,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3, 55,001-70,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และต่ำกว่า 10,000บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ, ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5, ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0, นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และอื่น ๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ, นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพัก 1-2 วัน จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ 3-4 วัน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3, 5-6 วัน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และ 6 วันขึ้นไป จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ, นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อที่พัก 1 คืน 1,000-2,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 2,001-3,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0, น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ17.0, 3,001-4,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และมากกว่า 4,000บาท จำนวน 24คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ, ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารทาง Internet / Social Network จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมา

คือเพื่อน / คนรู้จัก จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0, อื่น ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0, นิตยสาร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และบริษัทนำเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบน (SD) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของบริเวณที่พัก/ห้องพัก ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ทีวี ตู้เย็น โดร์เป่าผม กระจกน้ำร้อน และอื่น ๆ, ความหลากหลายของประเภทห้องพักที่มีให้เลือก, การตกแต่งภายในห้องพัก, ขนาดและความกว้างของห้องพัก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิชา อัยยะศิริ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ ที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญ กับความสะอาดของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและชื่อเสียงของที่พัก ส่วนในด้านของราคานักท่องเที่ยวจะ ให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมเหตุผล สถานบริการแสดงราคาห้องพักชัดเจน และราคาห้องพัก มี หลากหลายระดับราคา

ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ที่พักและบริการคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป, มีการกำหนดราคาของห้องพักและบริการต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน, มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่าน Website บัตรเครดิต เงินสด, ราคาของห้องพักเหมาะสมเมื่อเทียบกับที่พัก/โรงแรมอื่น, การกำหนดราคาห้องพักและบริการอื่น ๆ เช่น ห้องอาหารแบบเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร ยศไกร (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงแรมในพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด คือ ด้านราคาและด้านกายภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีความสะดวกต่อการเดินทางไปที่พัก/โรงแรม, บริเวณที่ตั้งของที่พัก/

โรงแรม มีทัศนียภาพที่สวยงาม, ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ทะเล, บริเวณที่พัก/โรงแรม ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านค้า โรงพยาบาล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชดากร สถิตย์ (2558) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักโรงแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ และด้านบุคลากรโดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมอยู่ในระดับมาก

ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ที่พัก/โรงแรม มีโปรโมชั่นที่เหมาะสม เช่น อาหารเช้าให้บริการฟรี 2 ท่านต่อ1ห้องพัก, การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับส่วนลดและโปรโมชั่นของโรงแรมผ่าน Internet, Social Media อย่างสม่ำเสมอ, การให้ส่วนลดห้องพักเมื่อจองผ่านWebsite ต่าง ๆ เช่น Agoda Booking.com, มีส่วนลด ค่าอาหารและค่าที่พัก ตลอดทั้งปีสำหรับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกของโรงแรม, การส่งเสริมการขายหรือจัดโปรโมชั่นผ่าน Event ต่าง ๆ เช่น งานไทยเที่ยวไทย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติรัตน์ เหมือนเดชา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตต์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นและใส่ใจในการบริการ, พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี, พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการ เช่น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว, มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถเรียกใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง, พนักงานมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ, ภาษาจีน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา เทพสุทิน (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาวในขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพัทยา พบว่า ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น ปัจจัยด้านบุคลากรและรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาวในขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพัทยา

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือระบบการ เช็คอินและเช็คเอาท์ ที่รวดเร็ว, การให้บริการตามคิว ก่อน - หลัง อย่างยุติธรรม, ที่พัก/โรงแรม มีการจัดเตรียม ของใช้ที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองไว้ให้ภายในห้องพัก เช่น แปรงสีฟัน, ยาสีฟัน, สบู่, ยาสระผม, ระบบการให้บริการสำรองห้องพักที่หลากหลาย เช่น จองผ่านตัวแทนจำหน่าย, จองผ่าน Website, จองโดยตรง, ที่พัก/โรงแรมมีการบริการรถ รับ - ส่ง โรงแรมและสนามบิน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา รักมั่นเจริญ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภท

โรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย ผลจากการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทัศนียภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านราคาและความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก และปัจจัยด้านสถานที่

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ที่พัก/โรงแรม มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ, มีป้ายบอกทางไปห้องพัก, บริเวณทางเดินที่ชัดเจนและหลากหลายภาษา เช่น ภาษาจีน และ ภาษาอังกฤษ, บรรยากาศบริเวณรอบ ๆ ที่พัก/โรงแรม มีความสวยงาม น่ามอง, สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณที่พัก/โรงแรม ครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ, ห้องซาวน่า, ห้องออกกำลังกาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ศึกษาเรื่องเปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง (1) เรื่องความสะดวกสบายบริเวณห้องพัก/ที่พัก ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรม จึงควรดูแลให้บริเวณห้องพัก/ที่พัก มีความสะอาด เมื่อนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเข้ามาพักจะทำให้เกิดความประทับใจ (2) ภายในห้องพักควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาพัก ให้ได้รับความสะดวกสบาย (3) ทางผู้ประกอบการโรงแรมควรมีห้องพักที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือก เช่น นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าของโรงแรมมาพักในแบบครอบครัว มีห้องพักรองรับสำหรับครอบครัวซึ่งสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ภายในครอบครัว

2. ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าให้ความสำคัญ (1) เรื่องที่พักและบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรม จึงควร กำหนดราคาที่พักให้มีความเหมาะสมกับขนาดของห้องพักและให้บริการที่เหมาะสม (2) มีการกำหนดราคาของห้องพักและบริการต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อที่ นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่เข้าพักในโรงแรมจะได้เกิดความสบายใจไม่กังวลเรื่อง ค่าใช้จ่าย ในการเข้าพัก เพราะ ทุกอย่างได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน (3) ผู้ประกอบการโรงแรม ควรมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายไว้ให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า

ได้เลือกชำระเงิน ตามที่ลูกค้าสะดวก เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ นิยม จองห้องพักผ่านเว็บไซต์ และใช้จ่ายผ่าน Application Alipay, WhatsApp ซึ่งถ้ามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ก็จะทำให้เกิดความประทับใจในการเข้าพักและใช้บริการของทางโรงแรม

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการโรงแรมก็ควรที่จะให้ความสำคัญในด้านนี้เช่นกัน โดย อันดับ1ของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยครั้งนี้คือ (1) ความสะดวกง่ายต่อการเดินทางมาที่พักร/โรงแรม เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่ว่าที่พักจะอยู่ตรงไหนก็สามารถค้นหาได้ผ่าน ระบบ GPS ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างตำแหน่งที่ตั้งของโรงแรมในระบบ เพื่อให้สะดวกต่อการเดินทางมายังโรงแรม (2) บริเวณที่ตั้งของโรงแรม/ที่พัก มีทัศนียภาพที่สวยงาม (3) การนำเสนอจุดเด่นของโรงแรมทางด้านความเป็นธรรมชาติ ของโรงแรมเช่น เป็นที่พักที่อยู่ท่ามกลางขุนเขา หรืออยู่ใกล้ กับทะเล ซึ่งมีความมีความเงียบสงบ หากผู้ประกอบการสามารถดึงจุดเด่นของที่พัก/โรงแรม ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าก็สามารถสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้

4. ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ (1) ที่พัก/โรงแรมมีโปรโมชั่นที่เหมาะสม เช่น อาหารเช้าให้บริการฟรี 2 ท่านต่อ 1 ห้องพัก ซึ่งนี้ทำให้ผู้ประกอบการควรที่จะแจ้งลูกค้าผ่านเว็บไซต์ของทางโรงแรมและบริษัทของตัวแทนหรืออื่น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ (2) การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับส่วนลดและโปรโมชั่นของโรงแรมผ่าน Internet , Social Media เนื่องจากปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีการใช้ Internet , Social Media มากขึ้น ในการหาข้อมูลทางด้านนี้จึงมักหาข้อมูลจากช่องทางนี้เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับช่องทางนี้ด้วย เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ต่างของโรงแรมอีกช่องทางหนึ่ง (3) การให้ส่วนลดห้องพักเมื่อจองผ่าน Websiteต่าง ๆ เช่น Agada , Booking.com เพราะปัจจุบัน นักท่องเที่ยว มักใช้ ช่องทางต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ในการจองห้องพัก

5. ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมควรให้ความสำคัญ (1) ด้านการพัฒนาบุคลากรและพนักงานในองค์กรโดยการจัดให้มีการอบรมด้านคุณภาพมาตรฐานการบริการให้แก่บุคลากรและพนักงานในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าที่มาพักเกิดความประทับใจ (2) และเนื่องจากพนักงานเป็นบุคคลที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและทราบถึงความต้องการของลูกค้าโดยตรง จึงจำเป็นที่พนักงานต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส (3) และพนักงานควรมีทักษะในการให้บริการที่ดีมีความรู้ความสามารถ เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การใช้ภาษาสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้ ซึ่งสามารถช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 3 ดาวในพัทยา อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการนั้นผู้ประกอบการโรงแรมควรคำนึงถึงกระบวนการต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า (1) ระบบการ check-in , check-out ที่รวดเร็ว เพราะบางครั้งลูกค้าต่างชาติที่มาเป็นกรุปทัวร์มีความจำเป็นต้องออกเดินทางตามระยะเวลาที่กำหนดเนื่องจาก หมายกำหนดการตามแผนกรุปทัวร์มีเวลาที่แน่นอน ดังนั้น ระบบการ check-in , check-out ที่รวดเร็วจึงเป็นสิ่งสำคัญ (2) และการให้บริการตามคิวก่อน-หลังอย่างยุติธรรมก็เป็นสิ่งสำคัญ หากเกิดข้อผิดพลาดเรื่องนี้อาจมีการบอกร้องจนทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงของโรงแรม (3) ที่พัก/โรงแรม มีการจัดเตรียมของใช้ที่เป็นวัสดุสิ้นเปลืองไว้ให้ภายในห้องพัก เช่น แปรงสีฟัน, ยาสีฟัน, สบู่, ยาสระผม ไว้ให้แก่ นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายของลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า จากผลการวิจัยทางด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ (1) ที่พัก/โรงแรม มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรที่การติดตั้งกล้องวงจรปิดรอบ ๆ บริเวณ, ทางเดิน ของโรงแรม และจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่เพียงพอ (2) การมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ ต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยรถยนต์ก็มีความจำเป็น (3) สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นการมีป้ายบอกทางไปห้องพัก, บริเวณทางเดินที่ชัดเจนและหลากหลายภาษา เช่น ภาษาจีน, ภาษาอังกฤษ ถือเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ จนมีการบอกต่อกับผู้อื่นและกลับมาใช้บริการซ้ำในโอกาสต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา จุดแข็ง-จุดอ่อน ของโรงแรมคู่แข่ง เพื่อนำผลมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

2. ควรมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะการเข้าพักที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการเข้าพักที่โรงแรม

เอกสารอ้างอิง

ความรู้เกี่ยวกับโรงแรม สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก

http://www.elrhs.ssruc.ac.th/weera_we/pluginfile.php/222/mod_resource/content/0/_Hotel_and_FB.pdf.

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเมืองพัทยา สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.pattaya.go.th/>

ความสำคัญของธุรกิจบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2543: 14-16) สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.spvc.ac.th/news/Chapter1-Service.pdf>

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการให้บริการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี.

จันทิมา รักมั่นเจริญ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและ รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย.

ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอดำรงวิทยารัฐ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การค้นคว้าอิสระ (ศศ.ม.)--สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชดากร สถิตย์ (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักโรงแรมเขตอำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.

ชัยณรงค์ ทราญคำ. (2552) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดพูน. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐธิดา เทพสุทิน (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาวในขึ้นไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในพัทยา.

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior) สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>.

ธงชัย คันดิวษ์. (2537) ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธิดารัตน์ เหมือนเดชา (2558) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดอุดรดิตถ์.

นงคินุช ศรีนายนันต์ (2553) การโรงแรมเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 7.กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ประภาพร ยศไกร (2559 หน้า13) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวจีน.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. (เตือนใจ ศรีชะภา ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2560)

รววิพรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) จิตวิทยาการบริการ กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วิธาน เจริญผล. (2554) ปัญหาห้องพักโรงแรมล้นตลาด ทำไม...และมีแนวทางแก้ไขอย่างไร สืบค้นจาก www.scbeic.com.

วิชาธุรกิจโรงแรม สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก <http://2700-1007.blogspot.com/>

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2556) หนังสือการตลาดธุรกิจบริการ บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562, จาก มหาชน

<http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) การวิจัยธุรกิจ กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศศิโสสม ดวงรักษา (2558) เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัด ชลบุรี.

ศรัญญา วรากุลวิทย์ หน้า 11 หนังสือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว TOURISM INDUSTRY.

ส่วนประสมการตลาด 7 อย่างหรือ Marketing Mix7P's สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2562,จาก

<http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>.

สุดาดวง เรื่องธุรกิจ (2543) หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.

อริชา อัยยะศิริ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธนาคารออมสิน (2562) สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก

https://www.gsb.or.th/getattachment/75c08f31-a88f-4518-bd59-20b073e9ad43/6_travel_12_61_detail.aspx

โรงแรม 3 ดาวทั้งหมดในพัทยา สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2562, จาก

<https://www.hotelscombined.co.th/Place/Pattaya.htm>.

(Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1990 หน้า3, อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์

(2550) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of consumer behavior).

Krungsri guru sme (2558) การท่องเที่ยวและบริการธุรกิจที่ทำเงินสูง สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562,จาก

https://www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/%20IO_Hotel_2017_TH.aspx.