

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

The decision making process for accommodation selection of Thai tourists in  
Khao Kho District Phetchabun Province

นางสาวนิโลบล จุ่มสันเทียะ  
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Nilobon Jumsantia

E-mail: 6214155553@rumail.ru.ac.th

Department of Accounting , Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตาม ปัจจัยประชากรศาสตร์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 445 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ การทดสอบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว ( one way ANOVA )

หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ หรือ Multiple Regression

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่มีผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจ

เลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน และ ประชาชนนักท่องเที่ยวที่มีการระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่างกัน ส่วนปัจจัยทางด้านการตลาด และ ปัจจัยที่ไม่ใช่ทางด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการ ขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านการคมนาคมการขน มีผล ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์

#### ABSTRACT

This research aims to 1.To study the decision-making process for tourists in Khao Kho District Phetchabun Province 2. To study the decision-making process in choosing accommodation for tourists in Khao Kho District Phetchabun Province classified by demographic factors. 3. To study marketing and non-marketing factors affecting the decision making process of tourists in Khao Kho District. Phetchabun Province

The sample group used in the research was Thai tourists. in Khao Kho District Phetchabun Province consisted of 445 people using questionnaires as a tool to collect data. The statistics used in the analysis were frequency, mean, and standard deviation. Test hypothesis with statistic, t-test, one-way variance (one way ANOVA). If any differences are found, they will be compared in pairs. using LSD method and analyzing the data with multiple regression statistics.

The hypothesis testing results showed that Thai tourists in Khao Kho District Phetchabun Province Demographics, gender, age, status, occupation and average monthly income are different, and Thai tourists in Khao Kho District Phetchabun Province has no effect on The decision process in choosing an accommodation among Thai tourists in Khao Kho district, Phetchabun province was not different, and the tourist population with different educational levels had different effect on the decision process in choosing an accommodation among Thai tourists in Khao Kho district, Phetchabun province. As for the marketing factor and non-marketing factors Product, price, distribution channel Sales promotion, personnel, process Location aspect the reference group and in the field of transportation It had a high effect on the decision-making process in choosing accommodation among Thai tourists in Khao Kho District, Phetchabun Province.

Keywords : Thai tourists ‘ decision making process for accommodation in Khao Kho District Phetchabun Proved.

## บทนำ

ในปัจจุบันภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ยังคงเป็นธุรกิจที่นำเงินตราจำนวนมากไหลเข้ามาในประเทศไทย ธุรกิจที่พักแรมต่างๆ ทุกภูมิภาคยังคงมีการแข่งขันกันทั้งในด้านคุณภาพการบริการ บรรยากาศที่พักต่างๆ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งแต่เดิมมิได้เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจโดยตรงเพราะจุดประสงค์สำคัญของนักท่องเที่ยวเพียงต้องการพักผ่อนหลังการประกอบการทำงาน

โรงแรมในจังหวัดทั่วไป : ผลประกอบการมีแนวโน้มชะลอตัว เนื่องจากปัญหาห้องพักที่มีจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการ SMEs ประกอบกับกลุ่มลูกค้ามักเพียงเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือพักเพื่อผ่านไปท่องเที่ยว, ทำธุระในจังหวัดอื่น ทำให้ระยะเวลาเข้าพักสั้น มีการใช้จ่ายหรือการใช้บริการในโรงแรมค่อนข้างน้อย ทำให้อัตราการเข้าพักของโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ ธุรกิจโรงแรมทุกพื้นที่ยังคงแข่งขันรุนแรง จากจำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั้งจากธุรกิจเดียวกันและสินค้าทดแทน ส่งผลให้การปรับราคาห้องพักทำได้ค่อนข้างจำกัด แต่พื้นที่ท่องเที่ยวหลัก (กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต) และจังหวัดศูนย์กลางเจริญภูมิภาค, แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีความได้เปรียบด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวและดีมานด์ที่มากกว่าโรงแรมในจังหวัดทั่วไป ทำให้อัตราเข้าพักอยู่ในระดับสูงกว่าโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่ศึกษาต่อไป เนื่องจากเห็นว่าธุรกิจพาณิชย์ประเภทที่พัก โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ในกลุ่มธุรกิจพร้อมให้สอดคล้องกับสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อพักแรกที่ดังกล่าวแล้วมีความปลอดภัยจากโรคระบาด ฉะนั้น จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่จะต่อยอดและพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อสามารถเข้าแข่งขันในตลาดที่กำลังเติบโตนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตาม ปัจจัยประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

### ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตของประชากรศาสตร์ ในการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในครั้งนี้ ได้ทำการเลือกกลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน ที่ใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ การกำหนดซึ่งกลุ่มตัวอย่าง จึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คน แต่สามารถทำได้ 445 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร ในการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้กำหนดตัวแปรสำหรับการศึกษาวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

2.1.2 ปัจจัยด้านการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ

2.1.3 ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคคลอ้างอิง ด้านการคมนาคมการขนส่ง

2.2 ด้านตัวแปรตาม ที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

2.2.1 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบไปด้วย จุดประสงค์หลักการเข้าพัก การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ

3. ขอบเขตระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย เริ่มตั้งแต่ เดือนมีนาคม 2565 – เดือน เมษายน 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการแข่งขันสำหรับเจ้าของธุรกิจ และผู้ที่สนใจลงทุนในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

2. เพื่อให้ทราบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับ

การศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงบริการตามความต้องการตามประชากรต่อไปในอนาคต

3. เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาการดำเนินธุรกิจได้ทราบข้อมูล ปัจจัยด้านการตลาด , ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจต่อไป

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชิวรรณ งามละม่อม, 2558 อ้างใน สุณิสตา ตรงจิตร์, 2559, หน้า 15 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 อ้างใน ภัทรคนัย พิริยะชนภัทร, 2558, หน้า 16) ได้ทำการศึกษาข้อมูลและความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล อาทิ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ หรือข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ซึ่งแสดงลักษณะทาง สังคม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2559, หน้า121) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่า

นิติพล ภูตะโชติ(2558: 42-43) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรม บริการ (Marketing Mix for Service Industry) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กร ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ นอกจากนี้ยังนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดย ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย 8Ps (The Eight Components)

Kotler and Keller (2016) ได้ กล่าวถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ว่ามี (1) ผลิตภัณฑ์ (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (5) บุคลากร (6) หลักฐานทางกายภาพ (7) กระบวนการ

(Clarie,1973 ,pp.59-62 อ้างใน สงกรานต์ คงเพชร, 2555,หน้า 25) ได้ให้ทฤษฎีทำเลที่ตั้ง (Location Theory) คือหลักการพิจารณาการเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากจะส่งผลต่อต้นทุน และการบริหารจัดการในอนาคต จากการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจและสังคมมีผลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องมีการวางแผนในการทำงานในด้านต่างๆ เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัดและแต่ละ พื้นที่จะมีความเหมาะสมแตกต่างกันไป

Walters (เปรมกมล หงส์ยนต์, 2562; อ้างอิงจาก Walters, 1978) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเลือกจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า คำว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทำหรือ เลือกใช้บริการทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่มีทางเลือกมากกว่า 2 ทางเลือกขึ้นไป เพื่อแก้ไขปัญหาและ ตอบสนองความต้องการของตนเอง

วุฒิ สุขเจริญ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงนั้น ความรุนแรงของอิทธิพลที่กลุ่มอ้างอิงมีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผู้บริโภคแต่ละคนและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยที่ส่งผลต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง

นิศา ชัชกุล (2257) ได้กล่าวไว้ว่า การคมนาคมขนส่งที่สำคัญดังนี้ “การขนส่ง” ตามพระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ.2497 หมายถึง การลำเลียงหรือเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของด้วยเครื่องอุปกรณ์การขนส่ง การขนส่งเป็นกริยาอย่างหนึ่งที่ไม่มีตัวตนซึ่งเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีการเคลื่อนย้ายคนหรือสิ่งของ ซึ่งอาจเกิดขึ้น โดยการกระทำของมนุษย์ เช่น การโดยสารรถประจำทาง รถไฟ จากข้อความดังกล่าว การขนส่ง ต้องประกอบด้วย ลักษณะต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง ซึ่งเป็นการวิจัยโดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ ซึ่งเป็นการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริง โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยว ในอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยว ในอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ที่พิกแรมได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการ เปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ  $\infty$  ( Infinity ) จากค่าความเคลื่อน 5% โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ทั้งหมด 445 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้ แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประชากร ซึ่งจะประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ย มีจำนวนข้อคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 34 ข้อ เป็นข้อคำถามในลักษณะ

ประเมินค่าความสำคัญ 5 ดับ (Rating Scale) โดยกำหนดให้ 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 4=ระดับความสำคัญมากที่สุด 3=ระดับความสำคัญปานกลาง 2=ระดับความสำคัญน้อย 1= ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกลุ่มบุคคลอ้างอิง ด้านการคมนาคมการขนส่ง ประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ เป็นข้อคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ดับ (Rating Scale) โดยกำหนดให้ 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 4=ระดับความสำคัญมากที่สุด 3=ระดับความสำคัญปานกลาง 2=ระดับความสำคัญน้อย 1= ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านจุดประสงค์หลักการเข้าพัก การเสาะแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก พฤติกรรมหลังการซื้อ ประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 18 ข้อ เป็นข้อคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ดับ (Rating Scale) โดยกำหนดให้ 5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด 4=ระดับความสำคัญมากที่สุด 3=ระดับความสำคัญปานกลาง 2=ระดับความสำคัญน้อย 1= ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งจะมีคำถามทั้งหมด 2 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ร้อยละและความถี่ ในอธิบาย ปัจจัยประชากรศาสตร์ เพศ, อายุ,สถานภาพ,ระดับการศึกษา,อาชีพ , รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบาย คุณลักษณะกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด และ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

#### 2. สถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ต่างกัน น่าจะทำให้มี กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่างกัน ใช้สถิติ T-test

2.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน น่าจะทำให้มี กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ในอำเภอ

เขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่างกัน ใช้สถิติ One way ANOVA หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้สถิติ Multiple Regression ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งในภาพรวม และในทุกรายด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ การประเมินที่พัก การเปรียบเทียบที่พัก และแหล่งค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามปัจจัยประชากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านเพศต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญซึ่งมากกว่า 0.05

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบไปด้วย อายุ, สถานภาพ , อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญซึ่งมากกว่า 0.05

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการศึกษา ต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญซึ่งน้อยกว่า 0.05

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาด และปัจจัยที่ไม่ใช่ทางด้านการตลาด ที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยทางด้านการตลาด และปัจจัยที่ไม่ใช่ทางด้านการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านการคมนาคมการขนส่ง มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.2 ปัจจัยทางด้านการตลาด และปัจจัยที่ไม่ใช่ทางด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านทำเลที่ตั้ง ไม่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์



## อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1.1 ด้านการรับรู้ปัญหา (จุดประสงค์การเข้าพัก) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความต้องการที่จะใช้บริการที่พักแรม เพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวดี วิเศษยา (2558 : อ้างอิงจาก Plunkett and Attner, 1994) เป็นขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเกิดจากปัญหาหรือมีความจำเป็นในการใช้บริการที่พัก

1.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเขาค้อส่วนใหญ่มีความต้องการ และทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกฎเกณฑ์ เพื่อประเมินความคุ้มค่าและประกอบการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวดี วิเศษยา (2558 : อ้างอิงจาก Plunkett and Attner, 1994) เมื่อเกิดจากการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดจากความต้องการแล้ว นักท่องเที่ยวจะทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก โดยอาศัยจากแหล่งข้อมูลต่างๆ

1.3 ด้านการประเมินทางเลือก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเขาค้อ นั้นจะทำการเปรียบเทียบระหว่างความคุ้มค่าเหมาะสมของที่พักในด้านต่างๆ หลังจากที่ได้ทำการค้นหาข้อมูลของที่พักต่างๆ ก่อนที่จะทำการซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยจันทิมา รักมันเจริญ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภท โรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เป็นการข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับมา เพื่อวิเคราะห์หาข้อดีข้อเสีย ของที่พักแต่ละที่ และคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

1.4 ด้านการเปรียบเทียบที่พักแห่งนี้กับที่พักอื่น ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเขาค้อ นั้นจะทำการเปรียบเทียบระหว่างความคุ้มค่าเหมาะสมของที่พักในด้านต่างๆ หลังจากที่ได้ทำการค้นหาข้อมูลของที่พักต่างๆ ก่อนที่จะทำการซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยสุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าพฤติกรรมหลังการซื้อ

นั้น จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการแนะนำต่อ หากว่า ผลิตภัณฑ์ หรือราคาที่ได้ซื้อนั้นมีความตรงต่อความต้องการมีคุณสมบัติเหมาะสมกับราคา ซึ่งสอดคล้องกับ สอดคล้องกับงานวิจัยสุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบ โฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพ็ชชิงใหม่ พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด

2. ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีเพศต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน ฉะนั้นเพศที่ต่างไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยสุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพ็ชชิงใหม่

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ครอบคลุมไปด้วยอายุ, สถานภาพ, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน ฉะนั้นไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณ และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักสวนอุทยานและรีสอร์ทเอกชน โดยรวม

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการศึกษา ต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณ และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักสวนอุทยานและรีสอร์ทเอกชน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดและปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1 ปัจจัยทางการตลาด ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด 7 ตัวแปร มีตัวแปร 3 ตัวแปรที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงตามลำดับที่มีผลสูงสุดคือจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของธนัชพร ราตรีโชติและกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกที่พักในการจองโรงแรมที่พักในเขต

กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการพักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ปัจจัยที่ไม่ใช่ด้านการตลาด ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ทั้งหมด 3 ตัวแปร แต่มีตัวแปร 2 ตัวแปรที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวม ตัวแปรอิสระกลุ่มอ้างอิง และการคมนาคมขนส่ง ตามลำดับ โดยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านการคมนาคมขนส่ง, ด้านกลุ่มอ้างอิง และด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และแนวทางสำหรับผู้ให้บริการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านประชากร โดยแบ่งเป็น ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ การโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละคนได้อย่างง่ายมากขึ้น เพราะสามารถทำแบบภาพรวมได้โดยไม่ต้องเน้นเฉพาะเจาะจงด้านใดด้านหนึ่ง เพราะโดยภาพรวมแล้วสนใจผลิตภัณฑ์ ด้านที่พักสวยงาม เน้นความเป็นเอกลักษณ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ หรือการแสวงหาข้อมูล ก็สำคัญ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน สามารถเข้าถึงได้ทุกคนได้ทุกเพศทุกวัย

ส่วนประชากร ด้านการศึกษา ทำให้กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน ผู้ประกอบการอาจจะสังเกตเห็นว่าควรจะให้ประเด็นด้านการศึกษา มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าของกิจการ เพราะความต้องการดังกล่าวที่แตกต่างด้านการศึกษา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ มากน้อยเพียงใด หรืออาจจะเกิดขึ้นได้กับทุกระดับการศึกษา ก็เป็นไปได้

ปัจจัยทางด้านการตลาด

ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาด โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ เช่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลสำหรับการจองที่พักโดยตรงกับโรงแรม เช่น โทรศัพท์ / Fax /E-mail รวมถึงทำให้กระบวนการในการจองห้องพักมี

ขั้นตอนที่รวบรวมได้ง่ายต่อการเข้าถึง และการส่งเสริมให้พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย บุคลิกที่ดี มีมารยาท อธิษาศัยดี สะอาดเหมาะสม เป็นต้น

ปัจจัยที่ไม่ใช่ทางการตลาด

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ไม่ใช่ทางการตลาด ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง, กลุ่มอ้างอิง และการคมนาคมขนส่ง เช่น ประสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่สำคัญใกล้ที่พัก, โครงการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จัก และจัดหาให้มีรถรับส่ง ฟรี จากสถานีขนส่ง/สนามบินมายังที่พัก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวอย่างตัวแปรวิจัยอื่นๆ เพิ่มเติมที่อาจจะส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงหรือสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความตรงต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มมากยิ่งขึ้น

2. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ เท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างจากเดิม หรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร จากเดิม ที่เป็นเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ อาจจะเพิ่มเป็นประชากรในระดับภาค เพื่อให้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน

3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นหรือการเลือกวิธีในการสุ่มตัวอย่างจากเดิมเป็นการสุ่มแบบสะดวก อาจจะเปลี่ยนเป็นการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

วิทยานิพนธ์

จันทิมา รักมั่นเจริญ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. หลักสูตรการจัดการสิ่งแวดล้อม คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ดร.จิรัฐ ขวนชมและคณะ. (2556) ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักที่รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์ ,วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 ,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

- ธนชัย ราตรีโชติและกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการจอง โรงแรมที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีปทุมธานี.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. หลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- อัครเดช เนตรสุวรรณ , วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. บริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- อาทิตย์ พวงนาค. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮลเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , วิทยาลัยดุสิตธานี