

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม
ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

The Factors Affecting the Decision to Select Hotel Accommodation Services
in Chiang Rai of Tourists

ชนิษฐา แจ่มน่าน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) และใช้วิธีทางสถิติและคำนวณค่าต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows คำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงจำนวนของข้อมูล ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติค่า F- test (one-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t \geq 1.96$) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) รองลงมาคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ด้านกระบวนการบริการ (Process) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านบุคลากร (People) และด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นเพียงด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลไปในทิศทางตรงข้าม

ส่วนด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในขั้นตอนต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก หลังจากที่ได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ การรับรู้ การตัดสินใจ และการเก็บรักษา ตามลำดับ

คำสำคัญ : 1) การตัดสินใจเลือกใช้ 2) ที่พักโรงแรม

ABSTRACT

This research aims to study the factors affecting the decision to select hotel accommodation in Chiang Rai of tourists. The researcher collected questionnaires from a sample of 400 people by choosing accidental random sampling and online questionnaire distribution. Then using statistical methods and calculating values by SPSS for Windows program to calculate the statistics such as frequency distribution, showing the number of data, percentage, mean, standard deviation and F-test (one- way ANOVA) at the statistical significance level of 0.05 and data analysis with multiple regression analysis

The results of the study found different personal factors did not affect the decision to select hotel accommodation in Chiang Rai. And the service business mix factors affecting the decision to select hotel accommodation in Chiang Rai with statistical significance at the level of 0.05 ($t > 1.96$), Namely marketing mix factors, product service business and price, followed by marketing mix factors, service business in the physical evidences and presentations in terms of personnel and location / distribution channels That results in the same direction complied with the hypothesis. Except for marketing promotion that results in the opposite direction

As for the decision to select hotel accommodation at various stages found that the respondents had the highest opinion with finding information from various sources, followed by alternative evaluation after obtaining information from various sources, perception, decision-making and retention, respectively

Key Words: 1) Decision to Select 2) Hotel Accommodation

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลัก สามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลเข้าประเทศแต่ละประเทศทั่วโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีไมตรีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยว ของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่างๆ จึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยว ต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่

เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดีทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2561)

จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองท่องเที่ยวรองซึ่งมีนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเมืองรอง โดยจะได้รับสิทธิพิเศษเป็นของแถมอย่าง เช่น การลดหย่อนภาษี จากนโยบายด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐที่ต้องการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองรองจำนวน 55 จังหวัด เพื่อขยายโอกาสและกระจายรายได้ออกสู่เมืองเล็ก โดยบุคคลทั่วไปสามารถนำไปกำกับภาษีฉบับเต็มและใบเสร็จแสดงค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวเมืองรอง ช่วงวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2561 (Krungrsri Plearn Plearn, 2561) แต่ถึงแม้ว่าจังหวัดเชียงรายจะเป็นเมืองท่องเที่ยวรอง แต่จังหวัดเชียงรายก็มีศักยภาพในหลายด้าน เช่น ศักยภาพด้านการเชื่อมโยงในภูมิภาค ศักยภาพด้านสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย ศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณสุขปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคมทางอากาศ ทางบก ทางน้ำ ที่สะดวกสบาย ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรม และยังเป็นแหล่งอารยธรรมชนแห่งชนชาติมากกว่า 30 ชาติพันธุ์ แหล่งรวมศิลปินมากกว่า 100 ชีวิต เป็นต้น (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2561) ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และทำให้เชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ และการท่องเที่ยวที่สร้างชื่อเสียงก็เป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างธุรกิจต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชุมชนจังหวัดเชียงรายในอดีตที่เพิ่มขึ้นทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

สถานที่พักผ่อนในการท่องเที่ยว เช่น ที่พักและโรงแรม ถือเป็นบริการทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวได้มากก็จะเป็นการสร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องไปยังการบริการ และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอื่นอีกมาก การให้บริการที่ประทับใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้เกิดการบอกต่อและการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างมหาศาล ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการด้านที่พัก โรงแรม ชุมชนที่จัดทำโฮมสเตย์ และอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ประกอบการตัดสินใจในการสนใจลงทุน การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาใช้บริการซ้ำและหน่วยงานหรือองค์กรของภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลการศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้ ไปวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ แรงงานและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

2. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) ใช้ประชากรทั้งสิ้นจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการและกำลังจะใช้บริการ ที่พัก โรงแรม ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

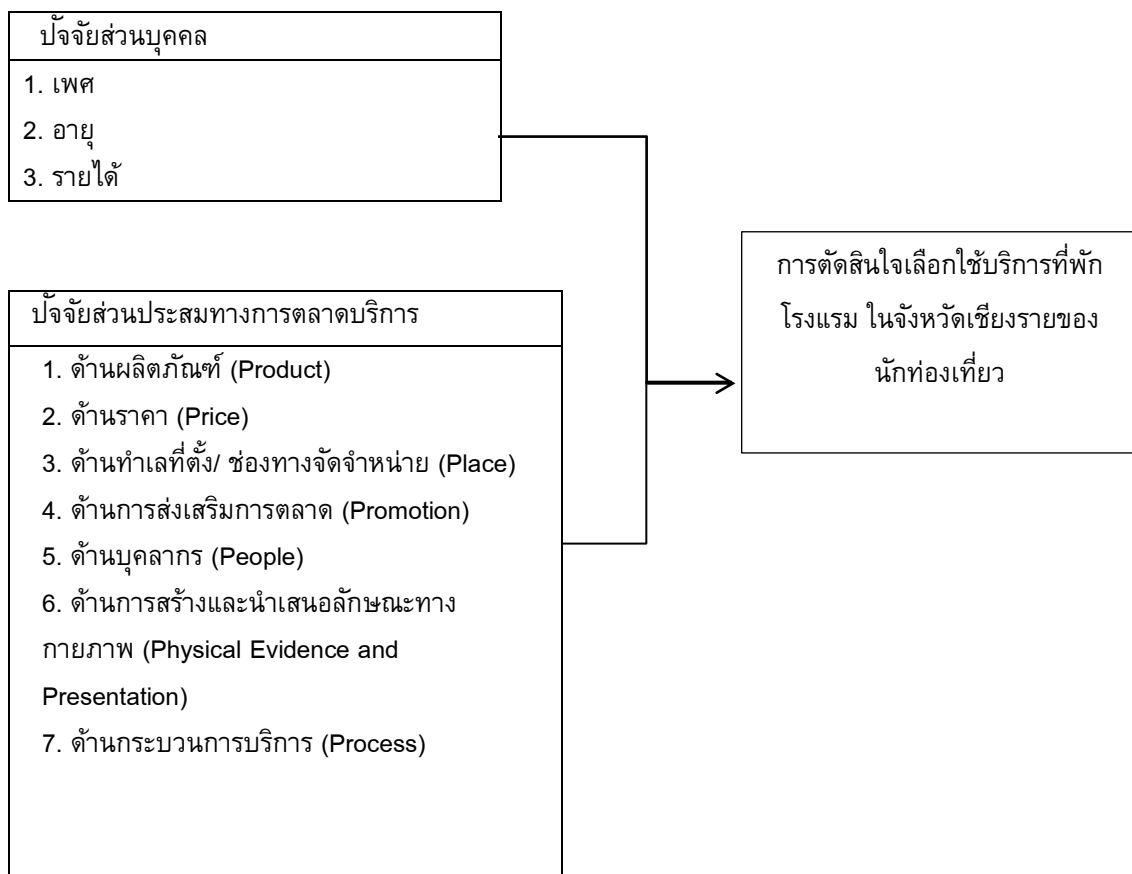
1. ผู้ประกอบการด้านที่พัก โรงแรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ประกอบการตัดสินใจในการสนใจลงทุน การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมาใช้บริการซ้ำ
2. หน่วยงานหรือองค์กรของภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ไปวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ แรงงานและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง
3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว
4. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธุรกิจที่พักให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและได้ศึกษาหลักการแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยกำหนดตัวแปรออกเป็น ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย จำนวน 3,354,383 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. 2561) คำนวณหาขนาดของกลุ่ม ตัวอย่างแบบทราบบจำนวนประชากร จากสูตรของ Taro Yamane (1973, p.125) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ บังเอิญ (Accidental Random Sampling) และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) มี 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สรุปผลการศึกษาวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัด เชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ พบว่าความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในแต่ละด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ในด้านความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการตัดสินใจในแต่ละรายข้อ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยวไปทดสอบกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของ นักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.289 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.151 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางตรงข้าม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.067 แต่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปฏิเสธกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านบุคลากร (People) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านบุคลากร (People) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.186 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.211 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านกระบวนการบริการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านกระบวนการบริการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.277 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัด เชียงราย ของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำการศึกษ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในแต่ละด้าน อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการบริการ (Process) พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการตัดสินใจ ในขั้นตอนการรับรู้ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการเก็บรักษา ก็พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาพบว่าปัจจัยด้านการตลาด พบความแตกต่างในปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ยกเว้นเพียงด้านราคาที่ไม่พบความแตกต่าง

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

ข้อ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ ความสะอาดของห้องพักและบริเวณต่างๆ รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีความเพียงพอ เช่น เเคเบิ้ลทีวี เครื่องปรับอากาศ เครื่องเป่าผม ตู้เย็น มินิบาร์ และอื่นๆ

ส่วนด้านราคา (Price) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ มีการแสดงราคาของห้องพักแต่ละประเภทอย่างชัดเจน รองลงมา คือ กำหนดอัตราราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน ซึ่งผลการศึกษา พบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของนิยม เจริญศิริ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ผลการวิจัยพบว่าในด้านปัจจัย

การตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ อริชา อัยยะศิริ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีแนวโน้มต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และชื่อเสียงของที่พัก ส่วนในด้านของราคา นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับราคาที่สมเหตุสมผล สถานบริการแสดงราคาห้องพักชัดเจน และราคาห้องพักมีหลากหลายระดับราคา ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสนี คำสำราญ (2551) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลที่ได้พบว่าปัจจัยด้านราคา ทำเลที่ตั้ง บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก

ข้อ 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านทำเลที่ตั้ง/ ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ การมีช่องทางการจองห้องพักที่หลากหลาย เช่น จองผ่านเว็บไซต์ของที่พักหรือตัวแทนจำหน่าย จองผ่าน แอปพลิเคชันต่างๆ หรือการจองโดยตรงกับทางที่พัก โรงแรม รองลงมา คือ ความสะดวกของการคมนาคม ในการเดินทางไปสู่ที่พัก โรงแรม โดยข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ มีการจัดบุรุษขายห้องพักในงานต่างๆ เช่น งานไทยเที่ยวไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของนิยม เจริญศิริ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเท่ากันคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางตรงข้าม แต่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ การให้ส่วนลดราคาห้องพัก รองลงมา คือ จัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น พัก 3 คืน จ่าย 2 คืน เป็นต้น โดยข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น วันเกิด วันครบรอบแต่งงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดจนอาจจะเป็นตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิยม เจริญศิริ (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเท่ากันคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ 2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านบุคลากร (People) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านบุคลากร (People) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านบุคลากร (People) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ ความกระตือรือร้น เป็นมิตร และความใส่ใจลูกค้า รองลงมา คือ การให้บริการด้วยความเสมอภาค และความเรียบร้อย กิริยามารยาท บุคลิกภาพ และการแต่งกายของพนักงาน โดยข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ มีความรู้ ความชำนาญ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สุธาสิณี คำสำราญ (2551) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลที่ได้พบว่าปัจจัยด้านราคา ทำเลที่ตั้ง บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก

ข้อ 2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ ความเพียงพอของจำนวนที่จอดรถสำหรับลูกค้า รองลงมา คือ มีระบบความปลอดภัยที่เพียงพอ เช่น จำนวนเวรยาม อุปกรณ์ดับเพลิง ตู้เซฟ โดยข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ รูปแบบและการวางแผนผังของที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสิณี คำสำราญ (2551) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลที่ได้พบว่าปัจจัยด้านราคา ทำเลที่ตั้ง บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก

ข้อ 2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านกระบวนการบริการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านกระบวนการบริการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านกระบวนการบริการ (Process) ได้ผลระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อ

พิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ ความสะดวก รวดเร็วของขั้นตอนในการ เข้าพัก (Check in /Out) รองลงมา คือ ขั้นตอนการให้บริการชัดเจน รวดเร็วในการให้บริการ โดยข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสิณี คำสำราญ (2551) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย ผลที่ได้พบว่า ปัจจัยด้านราคา ทำเลที่ตั้ง บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ โจ เอ็น ฮวาง (2557) ที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมเมืองเว้ ประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทยมี 5 ปัจจัยที่สำคัญคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมเมืองเว้ ประเทศเวียดนาม ไม่ปรากฏว่ามีปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่พัก โรงแรมในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรมในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ได้ผลระดับความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลในรายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ และการสร้างความสนใจ /การนำเสนอข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจของที่พัก โรงแรม) เป็นไปตามที่ ญัฐพร ดอกบุญญา และฐาปกรณ์ ทองคำนุช (2558) สรุปแนวคิดเรื่องการตัดสินใจไว้ ดังนี้ การแสวงหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการของตนแล้ว ลำดับขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค เช่น แหล่งบุคคล แหล่งทางการค้า แหล่งสาธารณชน แหล่งประสบการณ์ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพักและบริเวณต่างๆ เป็นอย่างมาก จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมีความเพียงพอ เช่น เคเบิลทีวี เครื่องปรับอากาศ เครื่องเป่าผม ตู้เย็น มินิบาร์ และอื่นๆ เป็นต้น ส่วนด้านราคา (Price) อยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เช่นเดียวกัน ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการแสดงราคาของห้องพักแต่ละประเภทอย่างชัดเจน มีกำหนดอัตราราคาห้องพักได้อย่างเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นในระดับเดียวกัน ทั้งนี้ ราคาต่ำกว่าที่อื่น ในระดับเดียวกันอาจจะไม่มีความจำเป็น หากมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมประกอบกับการได้รับบริการอื่นๆ ที่คุ้มค่า ก็มีผลต่อการตัดสินใจได้
2. ผู้ประกอบการควรจัดให้มี การมีช่องทางการจองห้องพักที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการจองห้องพักในยุคสังคมออนไลน์ เช่น จองผ่านเว็บไซต์ของที่พักหรือตัวแทนจำหน่าย จองผ่าน แอปพลิเคชันต่างๆ หรือการจองโดยตรงกับทางที่พัก โรงแรม รองลงมา คือ ความสะดวกของการคมนาคม ในการเดินทางไปสู่ที่พัก โรงแรม ส่วนการจัดบุชชายห้องพักในงานต่างๆ เช่น งานไทยเที่ยวไทย อาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่หลากหลายได้

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดจนอาจไม่เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก โรงแรม ซึ่งอาจจะเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณา เช่น ราคา ตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการของโรงแรม หรือ การส่งเสริมการขายนั้นไม่มีหรือไม่ใช่จุดหมายปลายทาง หรือระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไป เป็นต้น

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการด้านบุคลากร (People) ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานของตนให้มีทักษะ มีบุคลิกภาพมารยาทที่ดี และมีความใส่ใจในการให้บริการแก่ลูกค้า และมีจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการ เป็นต้น

5. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ผู้ประกอบการควรพิจารณาในเรื่องของ ความเพียงพอของจำนวนที่จอดรถสำหรับลูกค้า รองลงมา มีระบบความปลอดภัยที่เพียงพอ เช่น จำนวนเวรยาม อุปกรณ์ดับเพลิง ตู้เซฟ และมีการออกแบบตกแต่งห้องพักและบริเวณรอบๆ โรงแรมได้อย่างสวยงาม มีเอกลักษณ์ เป็นต้น

6. ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการในเรื่องของความสะอาด รวดเร็วของขั้นตอนในการ เข้าพัก (Check in /Out) รองลงมา คือ ขั้นตอนการให้บริการชัดเจน รวดเร็วในการให้บริการ มีความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก ส่วนความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการไม่ได้เป็นประเด็นหลักเท่ากับการให้บริการที่รวดเร็ว มีคุณภาพ และมีความแม่นยำถูกต้อง

ในส่วนของผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่พัก โรงแรมในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยสูงที่สุดคือ การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ และการสร้างความสนใจ /การนำเสนอข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจของที่พัก โรงแรม) การแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและจัดให้มีข้อมูลของโรงแรมในทุกช่องทาง เนื่องจากการเสาะหาข้อมูลของบุคคลแต่ละคนไม่เหมือนกัน อาจจะมีทั้งสื่อออนไลน์ ออฟไลน์ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้เข้าพัก เพื่อเกิดการบอกต่อในช่องทางต่างๆต่อไป และจะนำไปสู่ การประเมินทางเลือกต่อไป หลังจากที่ได้อ่านข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ (โดยการเปรียบเทียบสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักกับที่พัก โรงแรมอื่นๆ)

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของระยะเวลาการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ซึ่งอาจมีผลต่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรง

2. ควรมีการทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพิ่มเติม เพื่อทดสอบความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่สร้างแนวโน้มและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โรงแรม ในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

คำขอบคุณ

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทศาสตร์ความรู้ให้คำปรึกษา แนะนำแก่ผู้วิจัยในการเรียน ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อไป

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้การส่งเสริม สนับสนุน และเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งเสมอมา คุณประโยชน์อันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัย ขอมอบให้แก่บิดา มารดา อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ขนิษฐา แจ่มน่าน

เอกสารอ้างอิง

กรุงศรีเฟลีนเฟลีน. *เที่ยวเมืองรองทั่วไทย ได้ลดภาษีเป็นของแถม*. 2561. ค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2561, จาก

<https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *ที่พัก*. ค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2561, จาก

<https://thai.tourismthailand.org>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)*. กรุงเทพมหานคร : สำนักกิจการโรงแรม องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อ.

ณัฐพร ดอกบุญนาค และ ฐาปนกร ทองคำนุช. (2558). *รายงานการวิจัยเรื่องความต้องการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี*. กองทุนส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

นิยม เจริญศิริ. (2558). *ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. (2558). *แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2562, จาก <http://www.sms-stou.org/archives/82?lang=th>

ศศิธร ศิริบุษซา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีเปรียบเทียบ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียน และเอเชียตะวันออก*. วิทยานิพนธ์หลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรง คาดปี 60 รายได้ขยายตัว 3.7- 5.5%*. ค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640668>

สุชาสินี คำสำราญ. (2551). *การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล ในอำเภอเกาะสมุย*. งานวิจัยเฉพาะเรื่องเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2561). *สถิติด้านการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.cots.go.th/>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2561). *ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ประจำปี พ.ศ. 2561 – 2564*. ค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.cots.go.th/>
- อริชา อัยยะศิริ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลกรุ่นที่ 2, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา
- โจ เอ็น ฮวาง. (2557). *กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรม เมืองเว้ ประเทศเวียดนาม*. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- Brandbuffet. (2561). *กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระตุ้นเที่ยวไทยกระจายรายได้สู่ 55 เมืองรอง ชู “จันทบุรี” ต้นแบบเมืองรอง*. ค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/09/tourism-thailand-less-visit-city-chanthaburi/>
- Kotler, P. (1983). *Principles of Marketing*. p. 148.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management (11 thed.)*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Simon. (1971). *The New Science of Management Decision*)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis (3rd ed.)*. New York : Harper & Row.