



การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรม
ขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
Tourists' decision-making in choosing to Stay
at Small Hotels in the city District
of Chiang Mai

ภาณุมาศ ทองประเทือง

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
ปีการศึกษา 2567

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรม
ขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
Tourists' decision-making in choosing to Stay
at Small Hotels in the city District
of Chiang Mai

ภาณุมาศ ทองประเทือง

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
ปีการศึกษา 2567



ชื่อเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมือง
 จังหวัดเชียงใหม่
ผู้วิจัย นายภาณุมาศ ทองประเทือง
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัยทัศน์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์)

..... กรรมการและเลขานุการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ไชยพันธ์พงษ์)

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก อนุมัติให้รายงาน
การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ

..... คณบดี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันธุ์งาม)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และการสนับสนุนจากคณะผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างเต็มที่ จนทำให้การจัดทำรายงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยได้แก่ ผศ.ดร.รุ่งฤดี รัตนชัย ศิลป์ ผศ.ดร.พกาภรณ์ บุสบัง และ ดร.ชลลดา เจียมจิตวานิชย์ ที่ได้กรุณาตรวจสอบและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือวิจัย รวมทั้งช่วยปรับแก้ภาษาในข้อคำถามต่าง ๆ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนข้อมูลและข้อเสนอแนะที่มีคุณค่า ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณบิดามารดา ครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ช่วยเสริมสร้างความรู้และวางรากฐานในการวิจัย รวมถึงท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ ที่ให้การสนับสนุนและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำการวิจัยครั้งนี้

ภาณุมาศ ทองประเทือง

ชื่อเรื่อง	: การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่
ผู้วิจัย	: ภาณุมาศ ทองประเทือง
ชื่อปริญญา	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ปวินท์ เทพคุณหมิมิตต์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	: ดร.จารุวรรณ นาดัน
ปีที่จัดพิมพ์	: 2567
สถาบัน	: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน คือ การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของฝาก โดยหาค่า T-test และ F-test

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือการพักผ่อน มีระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ 1-5 วัน และเลือกพักในโรงแรมที่มีราคาอยู่ในช่วง 300-500 บาท มีแนวโน้มที่จะกลับมาพักซ้ำ 1-2 ครั้ง และใช้ช่องทางการจองที่พักผ่านโรงแรมโดยตรง ภาพรวมในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ระดับมาก โดยด้านที่สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด $\bar{X}$ = 4.14 รองลงมาได้แก่ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 3.95 ด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 3.71 ด้านการบริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 3.69 ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ = 3.66 และด้านอัตราค่าที่พัก $\bar{X}$ = 3.54 ตามลำดับ และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ : การตัดสินใจ โรงแรมขนาดเล็ก จังหวัดเชียงใหม่

Title : Tourists' decision-making in choosing to stay at small hotels in the city district of Chiang Mai

Author : Mr. Panumas Thongprathueang

Degree : Master of business administration

Advisor : Dr.Pawin Thepgoonhanimitta

Co-advisor : Dr.Jaruwan Natun

Year : 2024

Institute : Pacific Institute of Management Science

Abstract

The research objectives are: 1) To study the decision-making process of tourists in choosing to stay at small hotels in the Mueang District, Chiang Mai Province., and 2) To compare the personal factors of tourists that influence their decision-making in choosing to stay at small hotels in the Mueang District, Chiang Mai Province. The sample group consisted of 400 tourists who stayed at small hotels in Mueang District, Chiang Mai. Descriptive statistics were used, including percentages, mean, and standard deviation. Inferential statistics, such as the T-test and F-test, were used to compare the personal factors affecting decision-making.

The sample group consisted of nearly equal numbers of males and females, with ages ranging from 31-40 years. Most of them had a bachelor's degree and an average income ranging from 20,001 to 25,000 Baht. The primary purpose of their travel was for leisure, with an average stay duration of 1-5 days. They chose to stay in hotels priced between 300-500 Baht. The group showed a tendency to return for another stay 1-2 times, and they primarily booked their accommodations through the hotel's direct booking channels. Overall, the decision to stay at small hotels in Mueang District, Chiang Mai, was rated highly. Among the factors considered, the highest mean score was for facilities ($\bar{X} = 4.14$), followed by security systems ($\bar{X} = 3.95$), location ($\bar{X} = 3.71$), staff service ($\bar{X} = 3.69$), ambience inside and outside the room ($\bar{X} = 3.66$), and room rates ($\bar{X} = 3.54$), respectively. Regarding the comparison of personal factors influencing the decision to choose small hotels in Mueang District, Chiang Mai, based on income, ambience inside and outside the room showed significant differences. Tourists' gender, age, education, and income levels were found to have an impact on their decision-making when selecting small hotels in the area.

Keywords : Decision Small Hotels Chiang Mai Province

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง	7
บริบทพื้นที่วิจัย	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโรงแรม	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	12
แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	15
ความหมายพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้	24
การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการวิจัย	54
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะจากการวิจัยใน	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	63
ภาคผนวก ก : เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
ภาคผนวก ข : รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ	77
ประวัติผู้วิจัย	79

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	38
4.2	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	39
4.3	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	40
4.4	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก	40
4.5	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	41
4.6	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงาน	42
4.7	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานะ	42
4.8	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา	43
4.9	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	44
4.10	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการ ตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงาน	45
4.12	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	46
4.13	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	47
4.14	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านอัตราค่าที่พัก	48
4.15	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	49
4.16	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านทำเลที่ตั้ง	50
4.17	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านการบริการของพนักงาน	51
4.18	การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก	52
4.19	ภาพรวมผลการทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	53

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพแสดงกรอบแนวคิดของงานวิจัย	4
2.1	ภาพแสดงสถิตินักท่องเที่ยวปี 2566	9
4.1	ภาพแสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2	ภาพแสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางนักท่องเที่ยว	29
4.3	ภาพแสดงจำนวนวันที่เข้าพัก	30
4.4	ภาพแสดงรูปแบบห้องพักที่เลือก	30
4.5	ภาพแสดงราคาห้องพัก	31
4.6	ภาพแสดงโอกาสในการกลับมาพักซ้ำ	31
4.7	ภาพแสดงช่องทางการจองที่พัก	32
4.8	ภาพแสดงภาพรวมในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	33
4.9	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	33
4.10	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ด้านระบบ รักษาความปลอดภัย	34
4.11	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ด้านทำเลที่ตั้ง	35
4.12	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้านการ บริการของพนักงาน	35
4.13	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้าน บรรยากาศภายในและนอกห้องพัก	36
4.14	ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้านอัตราที่พัก	37

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการก่อให้เกิดรายได้ประชาชาติ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมการปรับตัวในแนวทางท่องเที่ยว 4.0 ยังมีบริบทสอดคล้องกับเป้าหมายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ที่ส่งเสริมให้ทั่วโลกพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเป้าหมาย SDG12 เน้นการพัฒนาและดำเนินการใช้เครื่องมือเพื่อติดตามตรวจสอบผลกระทบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Sachs et al., 2020) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มประเทศในอาเซียนเป็นอย่างมากโดยเฉพาะประเทศกัมพูชา ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่มีสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross domestic product: GDP) มากกว่าร้อยละ 10 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอาเซียนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคอาเซียนเป็นจุดแข็งหลักของการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตความเป็นไทย ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ การท่องเที่ยวนับว่าเป็นรายได้โดยประมาณ 4.6 % ของ GDP เป็นการสร้างงานและรายได้ให้แก่ประชาชนในภูมิภาคกว่า 9.3 ล้านคน (World Economic Forum, 2015)

สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ในปี 2566 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น 153% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยแคมเปญการตลาดในปี 2566 ทั้งสองแคมเปญ ได้แก่ แคมเปญ IMAG IN ASEAN และแคมเปญฟื้นฟูการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียน ครั้งที่ 27, 2566) ส่งผลให้อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยกลับมาฟื้นตัวหลังเกิดสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อย่างไรก็ดีตามธุรกิจโรงแรมทุกพื้นที่ยังคงแข่งขันรุนแรง จากภาวะอุปทานส่วนเกิน ทั้งจากธุรกิจเดียวกันและธุรกิจบริการที่พิกัดรูปแบบอื่น

อัตราการเข้าพักมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ค่อนข้างเห็นได้ชัด สาเหตุหลักมาจากระยะเวลาเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาตินานขึ้น รวมถึงอุปทานห้องพักยังไม่กลับมาอยู่ในระดับก่อนเกิด COVID -19 โดยธุรกิจโรงแรมบางส่วนยังไม่เปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบเนื่องจากต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูงในการดำเนินการ

จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมเยือนในปี 2566 มากที่สุด 10 อันดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร มีผู้เยี่ยมเยือน 56,256,370 คน
2. ชลบุรี มีผู้เยี่ยมเยือน 23,263,746 คน
3. กาญจนบุรี มีผู้เยี่ยมเยือน 14,452,305 คน
4. ภูเก็ต มีผู้เยี่ยมเยือน 11,300,498 คน
5. ประจวบคีรีขันธ์ มีผู้เยี่ยมเยือน 11,143,079 คน
6. เพชรบุรี มีผู้เยี่ยมเยือน 10,819,466 คน
7. เชียงใหม่ มีผู้เยี่ยมเยือน 10,678,764 คน
8. พระนครศรีอยุธยา มีผู้เยี่ยมเยือน 10,250,901 คน
9. นครราชสีมา มีผู้เยี่ยมเยือน 7,939,895 คน
10. สุราษฎร์ธานี มีผู้เยี่ยมเยือน 7,610,366 คน

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยือนเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมมนต์เสน่ห์เชียงใหม่ เมืองดอกไม้งามภาคเหนือ 2566 Chiang Mai Design Week 2023 กิจกรรมขึ้นดอยจิบชา กาแฟและชมวิวเป็นต้นจากสถิติใน ปี 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 7,756,063 คน รายได้ 55,585.82 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 2,922,701 คน รายได้ 30,148.77 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีของชาวล้านนา ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบประทับใจ

ปัจจุบันการทำธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ถือว่าเป็นธุรกิจที่กำลังมีการเจริญเติบโตแต่ในทางตรงกันข้ามก็มีการแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในระดับสูงกว่า นอกจากนี้ ปัญหาที่พักแรมที่ไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวส่งผลให้ไม่เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกที่พักที่แตกต่างกันจากการศึกษาของ ศักดิ์สยามันต์ ไยสามเสน และ ประทีป พิษทองกลาง (2563) การบริการของโรงแรมขนาดเล็กใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จุดประสงค์ คือ พักผ่อน/ท่องเที่ยว เข้าพักโรงแรมเพราะตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว และจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังจากการศึกษาวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลแตกต่าง (สุนทรีย์ ศิริจันทร์ และ กมลทิพย์ คำใจ, 2561)

ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมมากที่สุด คือ ด้านที่พักและบริการ รองลงมา คือ ด้านพนักงานให้บริการ สถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคาที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ (ชูลีวรรณ ปราณธรรม, ณิชชา จารุศิริชัย และ เอกราช เหมาะประมาณ, 2562) ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาด้านการบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ดังนั้น เพื่อเป็นการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยว จึงเป็น ที่มาของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางต่อผู้ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีแนวทางในการจัดการบริการโรงแรมขนาดเล็กแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

1.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักในโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมของนักท่องเที่ยว

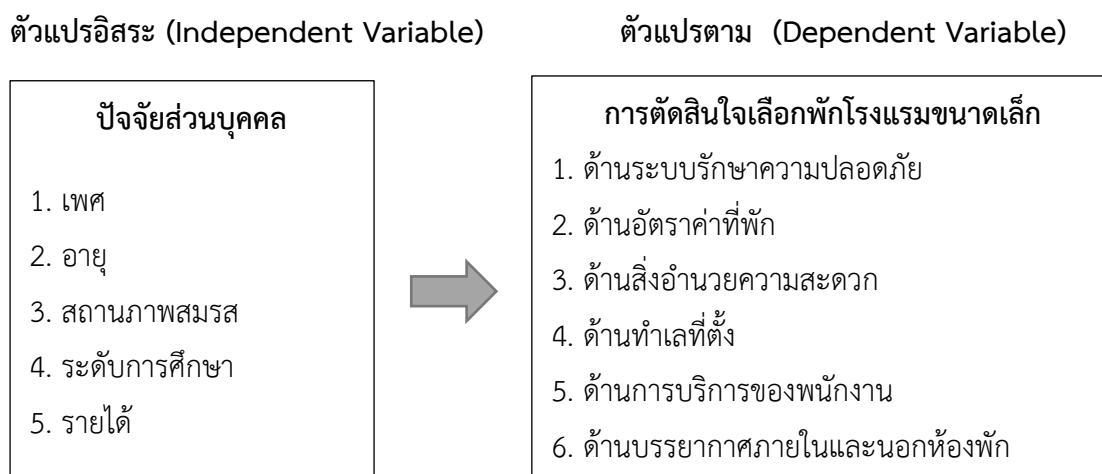
1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.4 สมมุติฐานงานวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยได้อ้างอิงงานวิจัยของ ชดากร สถิตย์, 2558 สุนทรีย์ ศิริจันทร์, 2561 และ วงศธร อรรถวิทยา, 2564 เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. รายได้

ตัวแปรตาม การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก ดังนี้

1. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย
2. ด้านอัตราค่าที่พัก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ด้านทำเลที่ตั้ง
5. ด้านการบริการของพนักงาน
6. ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ คนไทยจำนวน 7,756,063 คน และ ชาวต่างชาติ 2,922,701 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95% ตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย

โรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาใช้ระยะเวลา ช่วงภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 (ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน กันยายน 2567)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลข่าวสารของโรงแรมที่น่าเชื่อถือได้และนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจและประเมินทางเลือกในการเปรียบเทียบโรงแรมที่จะเลือกใช้บริการเพื่อให้ได้สิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเองมากที่สุดและจึงทำการตัดสินใจเข้าพัก

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้

โรงแรมขนาดเล็ก หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 5 ห้องแต่ไม่เกิน 80 ห้อง

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวและเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 บริบทพื้นที่วิจัย

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโรงแรม

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

2.1.5 ความหมายพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 บริบทพื้นที่วิจัย

ขนาดพื้นที่และอาณาเขตการปกครอง

จังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของประเทศไทย เส้นรุ้งที่ 16 องศาเหนือและเส้นแวงที่ 99 องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,027 ฟุต ห่างจากกรุงเทพมหานคร 696 กิโลเมตร(310 เมตร) - จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ 20,107 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 12,566,911 ไร่ มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับที่ 1 ของภาคเหนือ และเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ รองจากจังหวัด นครราชสีมา ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปมีสภาพพื้นที่เป็นภูเขาและป่าไม้

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่โดยทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพพื้นที่เป็นภูเขาและป่าละเมาะ มีที่ราบอยู่ตอนกลางตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิงมีภูเขาสูงที่สุดในประเทศไทย คือ “ดอยอินทนนท์” มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 2,565 เมตร นอกจากนี้ยังมีดอยอื่นๆที่มีความสูง รองลงมาอีกหลายแห่ง เช่น ดอยผ้าห่มปก (ความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 2,285 เมตร) ดอยหลวงเชียงดาว (ความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 2,170 เมตร) ดอยสุเทพ (ความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 1,601 เมตร)

สถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งที่พัก โรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ ที่มีชื่อเสียงทั้ง

ร้านอาหารจำนวนมาก จึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ด้านสินค้าบริการจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งด้านสินค้าและบริการหลากหลายรูปแบบที่สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรม และรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีหลายรูปแบบ เช่น

1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) บนพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์อันยาวนาน

2) การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้น การพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นสถานที่พักผ่อนที่ครบรูปแบบทั้งธรรมชาติและ ในรูปแบบเมือง

3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Education Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้บริการแก่นักเรียน นักศึกษาชาวต่างชาติที่ต้องเข้ามาศึกษา

5) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (MICE)

สถิตินักท่องเที่ยวปี 2566 แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 7,756,063 คน รายได้ 55,585.82 ล้านบาท เดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด มกราคม เดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด สิงหาคม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 2,922,701 คน รายได้ 30,148.77 ล้านบาท เดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด ธันวาคม เดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด มิถุนายน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 10,678,764 คน และรวมจำนวนรายได้ทั้งหมด 85,734.59 ล้านบาท ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 2.1 แสดงสถิตินักท่องเที่ยวปี 2566

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566 จัดทำโดย : ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว (CTRD) สถาบันวิจัยพหุศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโรงแรม

2.1.2.1 ความหมายของโรงแรม

โรงแรม (Hotel) เป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง คฤหาสน์ อาคารขนาดใหญ่บ้านพักขนาดใหญ่ บ้านพักของครอบครัว สถานที่โอเอซิส เช่น คำว่า Hotel de Ville หมายถึง ศาลากลางจังหวัด (Town Hall) คำว่า Hotel de la Mannaie หมายถึง โรงกษุปณในฝรั่งเศส เป็นต้น คำว่า “โฮเต็ล” (Hotel) มีรากศัพท์มาจากคำว่า โฮสต์ (Host) ซึ่งหมายถึง เจ้าของบ้านหรือเจ้าบ้าน

Hotel ภาษาอังกฤษ ตามพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย (Hotel Proprietor Act 1956) กำหนดว่า โรงแรม คือ สถานที่ประกอบการที่ผู้ประกอบการจะต้องมีอาหารเครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น (นิตยา เกตุสมบุญ, 2549: 2)

โรงแรม คือ สถานที่พักที่เกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อเปิดให้บริการ ที่พักชั่วคราวสำหรับนักเดินทางหรือบุคคลอื่นๆ โดยมีค่าตอบแทน (พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547: มาตรา 4)

พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย พ.ศ. 2478 มาตรา 3 และมาตรา 25 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “โรงแรม” หมายถึง บรรดาสถานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่ หรือที่พักชั่วคราวจะต้องประกอบด้วย

จัดการบริการอาหาร และ เครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าพัก ตามความต้องการได้ด้วย (นิตยา เกตุสมบุญ, 2549 : 2)

2.1.2.2 การแบ่งประเภทของโรงแรมตามจำนวนห้องพัก

โรงแรมขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 4 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกิน 80 ห้อง สาเหตุมาจากกฎหมายได้มีการกำหนดว่า โรงแรมที่มีขนาดเกิน 80 ห้องขึ้นไป จะต้องมีการส่งเรื่องให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมกรุงเทพ หรือ EIA เป็นผู้พิจารณา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ใช้เวลานาน ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในรอบ 5 ปี จึงเลือกสร้างโรงแรมที่มีขนาดห้องพักอยู่ที่ 79 ห้อง เพื่อเลี่ยงการขออนุญาตสิ่งแวดล้อม โรงแรมขนาดกลางจะมีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 80 – 200 ห้อง โรงแรมขนาดใหญ่มีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 200 – 500 ห้อง และโรงแรมขนาดใหญ่มากมีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 500 ห้องขึ้นไป

2.1.2.3 ประเภทของโรงแรม

ประเภทของโรงแรมจัดแบ่งได้หลายกลุ่ม (Enrich hotel products, 2566) ดังต่อไปนี้

1. แบ่งตามสถานที่ตั้ง (Location) ได้แก่
 - 1) โรงแรมใจกลางเมือง (City Hotels)
 - 2) โรงแรมชานเมือง (Suburban Hotels)
 - 3) โรงแรมริมทางหลวง (Highway Hotels)
 - 4) โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotels)
 - 5) โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotels)
2. แบ่งตามจำนวนห้องพัก (Number of Guest Rooms) ได้แก่
 - 1) โรงแรมขนาดเล็ก มีห้องพักเดี่ยวต่ำกว่า 30 ห้อง
 - 2) โรงแรมขนาดกลาง มีห้องพักมากกว่า 30 ห้องไม่เกิน 100 ห้อง
 - 3) โรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง ตกแต่งหรูหรา มีบริการครบ
3. แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพัก (Period of Staying) ได้แก่
 - 1) โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotels)
 - 2) โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotels)
4. แบ่งตามระดับความหรูหรา (Luxury) ได้แก่
 - 1) โรงแรมชั้นเยี่ยม (Deluxe)
 - 2) โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class)
 - 3) โรงแรมชั้นสอง (Second Class)
 - 4) โรงแรมชั้นสาม (Third Class)
 - 5) โรงแรมชั้นประหยัด (Economy Class)
5. แบ่งตามระดับการบริการ (Service Level) ได้แก่
 - 1) โรงแรมที่ให้บริการจำกัด (Limited – service Hotels)
 - 2) โรงแรมที่ให้บริการระดับปานกลาง (Mid – range Service Hotels)
 - 3) โรงแรมที่ให้บริการแบบดีเยี่ยม (World Class Service Hotels)
6. แบ่งตามลักษณะของเจ้าของกิจการ (Ownership) ได้แก่
 - 1) เจ้าของกิจการที่ดำเนินการโดยเอกเทศ
 - 2) เจ้าของกิจการที่ให้ผู้อื่นเช่าดำเนินการ
 - 3) เจ้าของกิจการว่าจ้างบริษัทบริหารกิจการ

4) เจ้าของกิจการที่ดำเนินธุรกิจโดยระบบโรงแรมเครือข่าย

7. แบ่งตามวัตถุประสงค์ (Objective) ได้แก่

- 1) โรงแรมคาสิโน (Casino Hotels)
- 2) โรงแรมคอนเวนชัน (Convention Hotels)
- 3) โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condo Hotels หรือ Condotels)
- 4) โรงแรมผู้เกษียณอายุ (Retirement Hotels)

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการจัดบริการที่พักแรมนั้นมีหลายประเภท มีลักษณะการบริการหลากหลาย และการบริการที่พักแรมประเภทต่าง ๆ โดยในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีรูปแบบการจัดบริการ ดังนี้

1. โรงแรมชั้นพิเศษ (Deluxe / Luxury Hotels) เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง ซึ่งมีห้องพัก 100-400 ห้อง ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีสภาพเศรษฐกิจมั่นคง สถานที่ตั้งมักอยู่ในทำเลที่มีทัศนียภาพสวยงาม มีการจัดบริการอย่างมีคุณภาพโดยพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี ภายในห้องพักจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2. โรงแรมห้องชุด (All-suite Hotels) เป็นการจัดบริการที่พักแรมแนวใหม่ ซึ่งที่พักแรมหรือโรงแรมประเภทนี้สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการที่พักค่อนข้างกว้างขวาง และมีบริการชั้นเยี่ยมตลอดเวลาที่พักแรม มักเป็นโรงแรมขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางที่มีห้องชุด 100 - 400 ห้อง ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงจากนักธุรกิจและครอบครัวนักเดินทาง การจัดห้องพักของโรงแรมประเภทนี้ทุกห้องพักมักมีครัว โดยโรงแรมแบบห้องชุดมักมีการจัดบริการหลายอย่างคล้ายโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น จัดให้มีห้องประชุมขนาดเล็กและขนาดกลาง ห้องจัดเลี้ยง ภัตตาคารและห้องสุขภาพ (Health Clubs)

3. โมเต็ลและโรงแรมแบบประหยัด (Motel & Budget Motels) เป็นโรงแรมขนาดเล็กราว 10 - 150 ห้อง มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแถบชนบทและชานเมือง หรืออยู่ใกล้เส้นทางสายสำคัญๆ ระหว่างเมืองหรือระหว่างรัฐอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา การบริการผู้เข้าพักมักมีอยู่จำกัดเนื่องจากมีบุคลากรจำนวนน้อย ผู้เข้าพักมักจะใช้บริการเพียงแค่พักค้างระหว่างการเดินทางเท่านั้น ที่พักแรมที่เรียกว่า “ โมเต็ล ” แตกต่างจากมอเตอร์โฮเต็ลตรงที่โมเต็ลจะให้บริการเฉพาะห้องพักแรมเท่านั้น ไม่มีการบริการและอำนวยความสะดวกอื่นใดเพิ่มเติมแม้แต่ภัตตาคาร ตามปกติจะมีบริการที่จอดรถฟรีแก่แขก ทำเลที่ตั้งของโมเต็ลซึ่งอยู่ริมถนนหลวงจึงเหมาะสมและสะดวกสำหรับผู้เข้าพักที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย

4. โรงแรมบริเวณสถานที่ตากอากาศ หรือรีสอร์ท โฮเต็ล (Resort Hotels) เป็นที่พักแรมที่มีขนาดใหญ่ไม่แน่นอน อาจประมาณ 100-500 ห้อง ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งซึ่งมักจะอยู่บริเวณที่มีสถานที่พักผ่อนตากอากาศ เช่น ภูเขา ชายทะเล บริเวณทะเลสาบ หรืออาจเป็นบริเวณที่มีสนามกอล์ฟ เหมาะสำหรับผู้เดินทางที่ต้องการพักผ่อนและชื่นชมกับบรรยากาศตามธรรมชาติ ในสมัยก่อนรีสอร์ทโฮเต็ลจะเปิดบริการตามฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น ที่พักตากอากาศชายทะเลจะเปิดบริการเฉพาะฤดูร้อน แต่ปัจจุบันความนิยมเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น การบริการจึงมีอยู่ตลอดปีโดยอาจจัดกิจกรรมเสริม เช่น ในบริเวณที่เป็นสถานที่เล่นสกีเมื่อหิมะละลายแล้วอาจจัดกิจกรรมปีนเขา เดินป่า ขี่ม้า หรือตกปลา แทนกิจกรรมที่จัดได้เฉพาะฤดูกาล

5. คอนโดมิเนียมแบบแบ่งเช่าและโรงแรมคอนโดมิเนียม (Time-sharing Condominiums and Condominium Hotels) แนวคิดการจัดบริการที่พ่วงแก่ผู้เดินทางแนวใหม่ อีกอย่างหนึ่ง คือการจัดแบบโรงแรมห้องชุดในลักษณะคอนโดมิเนียม หรืออพาร์ทเมนต์แทนห้องพักธรรมดาทั่วไป ธุรกิจโรงแรมคอนโดมิเนียมนี้เป็นการดำเนินการโดยบริษัทผู้สร้างแบ่งขายเป็นห้องชุดให้แก่ลูกค้า โดยลูกค้าอาจมาพักเป็นบางช่วงเวลา ซึ่งมักจะกำหนดไว้ค่อนข้างแน่ชัดว่าจะเป็นช่วงใดของแต่ละปีและจ่ายค่าเช่าพักในอัตราพิเศษ ในช่วงที่ลูกค้าในฐานะผู้ถือกรรมสิทธิ์ห้องชุดนั้นมิได้เข้าพัก

6. โรงแรมย่านการค้า (Commercial Hotels) มักตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า ผู้มาพักส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ การบริการที่โรงแรมจัดให้จะประกอบไปด้วย หนังสือพิมพ์ ชาหรือกาแฟ เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งจัดไว้ในห้องพัก นอกจากนี้ยังมีบริการห้องอาหาร บริการซักรีดเสื้อผ้า อำนวยความสะดวกเรื่องบัตรโดยสาร หรืออาจมีสถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารภายในโรงแรม มีร้านขายของที่ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ตลอดจนห้องประชุมสัมมนา บริษัทนำเที่ยวมักเลือกใช้บริการโรงแรมประเภทนี้ เพราะอยู่ในย่านชุมชนซึ่งสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

7. เกสต์เฮาส์ (Guesthouse) เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านแบ่งให้นักท่องเที่ยวเช่าพัก ตามปกติมักตั้งอยู่ย่านชุมชนหรือเมืองใหญ่ๆที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักใช้เป็นที่พักในตอนกลางคืน ส่วนตอนกลางวันจะใช้เวลาออกท่องเที่ยว ราคาเช่าที่พักประเภทนี้จะค่อนข้างถูก การบริการส่วนใหญ่มีเพียงเตียงและห้องน้ำรวมไว้ให้ ในปัจจุบันเกสต์เฮาส์ได้รับการพัฒนาไปมาก เช่น มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในห้องพัก จัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม จัดให้มีโทรทัศน์ หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกได้ตามความจำเป็น

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.1.3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการภายในจิตใจของผู้แต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากแรงจูงใจ ความต้องการ ซึ่งจะมีการค้นหาข้อมูลการสำหรับประเมินทางเลือกต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อหรือเข้ารับบริการ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556)

โดยขั้นตอนการตัดสินใจมีกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจที่เป็นระบบ (อรอนงค์สวัสดิ์บุรี, 2555) ได้แก่

1. ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Consumer)
2. ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Cost)
3. ด้านความสะดวก (Convenience)
4. ด้านการสื่อสาร (Communication)

ศศิชา กัญทพงษ์ (2561) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีต่อการเลือกซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งการตัดสินใจเกิดจากปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมลักษณะเฉพาะบุคคล

ฐานิสร ไกรกังวาร (2561) การตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกทางเลือกทางใดทางหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ หลังจากนั้นจึงทำการค้นหาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบสินค้า จนนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

เปรมกมล หงษ์ยนต์ (2562) การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อหลังจากเกิดการ พิจารณาเทียบเคียงสิ่งที่ต้องการจากหลายทางเลือก โดยนำมาพิจารณาด้วยเหตุผล เพื่อให้ได้สิ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์

2.1.3.2 แนวคิดการตัดสินใจซื้อ

Kotler (2003) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน และมีความต้องการแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคจะมีแนวทางการตัดสินใจซื้อที่เป็นลำดับขั้นตอน คล้ายคลึงกัน ไม่ได้เกิดขึ้นในทันที โดยในการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วยกระบวนการคิดลำดับขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงปัญหา เป็นการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบัน ซึ่งมากพอที่จะกระตุ้นเราให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ (Engel et al., 1993) หรืออาจหมายถึงการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและความต้องการของตน เนื่องจากผู้บริโภคไม่พึงพอใจสินค้าที่ใช้อยู่ หรือ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความจำเป็นที่ประสบอยู่ ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler, 1997)

2. การค้นหาข้อมูล หลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นและรู้ว่าจะซื้อสินค้าใดเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองแล้ว ผู้บริโภคหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ โดยมีแหล่งข้อมูลสำคัญ ๆ 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลภายใน (Internal Search) หรือแหล่งข้อมูลด้านจิตวิทยา (Psychological Field) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการประสบการณ์การใช้สินค้านั้นของผู้บริโภคเอง

2. แหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) ได้แก่ การสอบถามบุคคลรอบข้าง หรือการหาข้อมูลจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งประเภทและปริมาณของข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สินค้านั้นมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคเพียงใด ถ้ามีความเกี่ยวข้องสูง ผู้บริโภคก็จะหาข้อมูลจากภายนอกมากกว่าสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องต่ำ เป็นต้น (Engel et al., 1993) (Kotler, 1997) โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. แหล่งบุคคล ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว เพื่อนบ้าน และผู้ใกล้ชิด บุคคลนี้ จะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด

2. แหล่งการค้า ได้แก่ โฆษณาต่าง ๆ และพนักงานของบริษัท

3. แหล่งสาธารณะ ได้แก่ สื่อมวลชนต่าง ๆ

4. แหล่งทดลอง ได้แก่ ผู้ที่เคยทดลองใช้สินค้านั้น ๆ แล้ว นักการตลาดควรจะทราบว่าคุณค่าของแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้าและลักษณะของผู้ซื้อ

3. การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้รับข่าวสารมาอย่างเพียงพอแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากคุณสมบัติต่าง ๆ ของแต่ละตัวเลือกก่อนการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่ได้คะแนนรวมสูงสุดหลังจากที่ได้ให้คะแนนในคุณสมบัติแต่ละอย่าง ซึ่งบางครั้งอาจจะต้องมีการถ่วงน้ำหนักของคุณสมบัติของสินค้า เนื่องจากคุณสมบัติบางอย่างของสินค้าอาจมีความสำคัญมากกว่าคุณสมบัติอื่นๆ โดยผู้บริโภคจะเลือกสินค้าที่มีจุดเด่นในคุณสมบัติที่ผู้บริโภคเห็นว่าสำคัญที่สุด (Engel et al., 1993)

4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากที่คุณบริโภคได้พิจารณาตัวเลือกต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกตัวเลือกที่พึงพอใจมากกว่าตัวเลือกอื่น ๆ ซึ่งความพึงพอใจที่มากกว่า (Preference) จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในที่สุด แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาแทรกแซงที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจ ซึ่งอาจทำให้ความพึงพอใจที่มากกว่าไม่นำไปสู่ความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อได้ (Kotler, 1997)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ

หลังจากที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ผู้บริโภคก็จะมีประสบการณ์ในการใช้สินค้านั้น แล้วผู้บริโภคก็จะทำการประเมินว่าสินค้านั้นสามารถที่จะตอบสนองความคาดหวังที่ผู้บริโภคตั้งไว้ได้หรือไม่ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในสินค้านั้น และจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าครั้งต่อไปว่าจะมีการซื้อซ้ำหรือไม่ (Kotler, 1997)

Schiffman & Kanuk (1994, p. 659) เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือกระบวนการในการเลือกซื้อสินค้าจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้ สึกนึกคิด) และ พฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทั้งทางด้านจิตใจ และกายภาพ ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) หมายถึง สภาวะความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการหรือบริโภคสินค้าสิ้นสุดลง ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย เช่น คุณภาพของสินค้า บริการจากพนักงาน สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการซื้อในมูลค่าที่สูงขึ้น รวมถึงการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า หากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ตรงกับความคาดหวังอาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจได้เช่นกัน ในมุมมองของธุรกิจที่พึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการมีความสำคัญและสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่

1. ความคุ้มค่า ความรู้สึกที่ได้จากราคาที่จ่ายเทียบกับสิ่งที่ได้รับจากการใช้บริการ
2. การบริการ การให้บริการของพนักงานที่สร้างความประทับใจ เช่น ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่ และมิตรภาพ
3. คุณลักษณะของห้องพัก ความสะอาด ความสะดวกสบาย และการตกแต่งภายในห้องพัก
4. คุณภาพการนอน การนอนหลับที่มีคุณภาพ เช่น ความสะดวกสบายของเตียง การปรับอุณหภูมิห้อง และความเงียบสงบ
5. ทำเลที่ตั้ง – ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยว การเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการในธุรกิจที่พักสามารถทำได้โดยการปรับปรุงคุณภาพในด้านเหล่านี้ และสามารถใช้หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อลดข้อจำกัดจากประสบการณ์ที่ไม่ดีในอดีต และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกภาคภูมิใจและกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

สรุป การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา, การค้นหาข้อมูล, การประเมินทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยการตัดสินใจจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายในและภายนอก เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวและข้อมูลจากภายนอก การตัดสินใจจะถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการที่จะตอบสนองเป้าหมายที่ผู้บริโภคต้องการ ในด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ความพึงพอใจเกิดจากการรับบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ ความคุ้มค่า, การบริการ, คุณลักษณะห้องพัก, คุณภาพการนอน, และทำเลที่ตั้ง การสร้างความพึงพอใจสามารถทำได้โดยการปรับปรุงคุณภาพในด้านเหล่านี้ และการใช้หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างความภักดีต่อตราสินค้า

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นเกณฑ์เหมาะสมได้รับความนิยมที่มักใช้ในการจัดกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค การแบ่งตลาด เนื่องจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยบ่งชี้ตลาด เป้าหมายได้อย่างชัดเจน ตลาด เป้าหมายได้อย่างชัดเจน และเป็นตัวชี้วัดด้านประชากรศาสตร์ที่มีความง่ายชัดเจน และสะดวก ต่อ การตัดกลุ่ม ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538, หน้า 41-42)

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลสามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) ดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันจึงมีความแตกต่างด้านความต้องการผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการเลือกซื้อสินค้ามีความจำเป็นต่อสินค้าที่แตกต่างกันการจำแนกอายุจึงมีความจำเป็นต่อการวิจัยด้านการตลาด

2. เพศ (Sex) ถือเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งความแตกต่าง ของเพศ เป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะของ เพศที่แตกต่างกัน ของผู้บริโภคในปัจจุบันสามารถอธิบาย และแยกแยะการตอบสนองของผู้บริโภค ที่แตกต่างกันได้ ค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากเพศชาย และเพศหญิงจะมีค่านิยม ความคิด วิถีคิด วิธีการตัดสินใจ และ ทัศนคติที่แตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

3. สถานภาพการสมรส (Marital Status) ประเภทของสภาพสมรสจะมีผลต่อการ ตัดสินใจ ของบุคคล เนื่องจากวิถีคิด ทัศนคติ ความจำเป็น หรือแนวทางการตัดสินใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิต่อ ความคิดของบุคคลจะมีความแตกต่างกันตามแต่สภาพการสมรส เช่น บุคคลที่มีสถานภาพโสด จะมีอิสระทางความคิด สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองเพียงลำพัง การตัดสินใจต่าง ๆ ได้อิสระ และใช้ เวลาน้อยกว่าคนที่สมรสแล้ว เป็นต้น

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) การแบ่งส่วน ตลาด โดยใช้เกณฑ์ด้านรายได้อย่างเดียว อาจไม่เหมาะสมต่อการศึกษาดตลาดคือ รายได้จะกลายเป็น ตัวชี้วัดการมีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการเลือกซื้อ สินค้าอาจจะมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยมส่วนตัว เป็นต้น

สรุป ประชากรศาสตร์ (Demography) คือ การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและโครงสร้างของ ประชากรในแง่มุมต่างๆ เช่น ขนาด การกระจายอายุ เพศ การศึกษา สถานะการสมรส รายได้ และ ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของกลุ่มคนในสังคม แนวคิดเกี่ยวกับ ประชากรศาสตร์มีความสำคัญเนื่องจากช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการของประชากรในระดับต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการตลาดได้ ในทางการศึกษาผู้คนใน กลุ่มประชากร นักวิจัยมักจะใช้ข้อมูลประชากรศาสตร์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม เช่น อายุ รายได้ การศึกษา หรือสถานะทางสังคมที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือพฤติกรรมของบุคคล เช่น การ เลือกซื้อสินค้า การท่องเที่ยว หรือการตัดสินใจทางการเมือง การใช้ข้อมูลประชากรศาสตร์ในการวิจัย ยังช่วยให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มต่างๆ ของสังคมในอนาคต เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุ ของประชากรที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการในด้านต่างๆ เช่น การดูแลสุขภาพหรือการศึกษา โดยรวม แล้ว แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษาสังคมและการพัฒนาในหลาย ด้าน ตั้งแต่การตลาด การพัฒนาเศรษฐกิจ ไปจนถึงการวางแผนและนโยบายสาธารณะ

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะ ประชากรศาสตร์ที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพสมรส 4. ระดับการศึกษา และ 5. รายได้ เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถใช้ในการแบ่งกลุ่มตลาดได้ ซึ่งจะมีผลต่อ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

2.1.5 ความหมายพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใดๆก็ตามแบบคล้ายคลึงกันจนกลายเป็นเอกลักษณ์ พฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ อเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior หมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยว การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ในเรื่องต่างๆ ดังนี้ 1. การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาล 2. การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว 3. การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด 4. การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา และ 5. การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Tourist Behavior หมายถึงการแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยตรงกับการใช้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกในการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่ปรากฏออกมาให้สังเกตเห็นได้ รับรู้ได้ ใช้เครื่องมือตรวจสอบได้

2. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) หรือกระบวนการทางจิต (mental process) หมายถึง พฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตา หรือไม่สามารถใช้เครื่องมือตรวจสอบได้โดยตรง เช่น ความรู้สึก อารมณ์ ความจำ การคิด การวิเคราะห์หาเหตุผล ประสพการณ์ ฯลฯ

สาเหตุการเกิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อาจเกิดขึ้นหรือได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ 1. ความรู้ 2. ความต้องการ 3. ประสพการณ์ 4. ทักษะ และ 5. ค่านิยม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (1972) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นจากองค์ประกอบต่อไปนี้

(1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

(2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึงระดับบุคลิกภาพหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

(3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

(4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

(5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนอง ความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

(6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

(7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) กรณีไม่สามารถสนองความต้องการได้ อาจส่งผลให้เกิดความผิดหวัง

สรุป องค์ประกอบของพฤติกรรม ประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ได้รับและปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชดากร สกิต (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ระดับการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกที่พักแรมจากด้านสถานที่ตั้ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านสภาพห้องพัก ด้านอัตราที่พักแรม และการต้อนรับของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 3.72 และ 3.53 ด้านระบบความปลอดภัย และชื่อเสียงของที่พักอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 และ 2.93 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95

อัศรฤกษ์ เหลือโกศล และอรชร มณีสงฆ์ (2559) ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว หรือ พักอาศัย บริเวณเขตตัวเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมขนาดเล็กในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทวีป กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุนทรีย์ ศิริจันทร์ และ กมลทิพย์ คำใจ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ ที่พักแบบโฮสเทลในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักแบบ โฮสเทลของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม กับส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักเพียงคนเดียว มีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือการได้พบปะกับเพื่อนใหม่และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พัก แบบโฮสเทล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวด้านระยะ เวลาในการเข้าพักและวัตถุประสงค์ในการเข้าพักที่ต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์ (2564) “การเป็นผู้ประกอบการ” มิใช่ใครๆก็สามารถเป็นได้ เนื่องจาก “ผู้ประกอบการ” (entrepreneur) มีลักษณะเด่นเฉพาะ ซึ่งคุณสมบัติสำคัญของผู้ประกอบการมี 6 ประการ (Morris,1998) คือ :

1. มีความคิดสร้างสรรค์
2. เป็นผู้ที่มีมุ่งมั่นความสำเร็จ
3. เป็นผู้ที่ชอบทำงานอย่างอิสระ
4. มองสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นโอกาส
5. มีความอดกลั้นต่อความเสี่ยง
6. มีความอดกลั้นต่อสภาวะความคลุมเครือและความไม่แน่นอน

ชลลดา เจียมจิตวานิชย์ จีรพล จิยะจันทร์ และ นภดล พันธุ์พานิช (2564) ผู้ประกอบการคือเจ้าของกิจการผู้รับความเสี่ยงในการจัดการทรัพยากรที่หาได้ เพื่อจัดตั้งธุรกิจใหม่ขึ้น ส่วนการเป็นผู้ประกอบการคือ กระบวนการในการแสวงหาโอกาสใหม่ในการเริ่มต้นธุรกิจ จุดเริ่มของการเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เกิดจากการรวบรวมทรัพยากรด้านต่างๆที่มีอย่างจำกัด มาบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขอบเขตของการเป็นผู้ประกอบการ ในช่วงแรกจึงมักเป็นกิจการขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ด้วยเหตุนี้จึงมีการเชื่อมโยงลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเข้ากับแนวคิดเรื่องธุรกิจ

ขนาดกลาง และขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) โดยมีการให้คำจำกัดความของ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 จาก “จำนวนการจ้างงาน” หรือ “มูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมเป็นเกณฑ์ในการจำแนก

ผู้ประกอบการ โดยกิจการที่ผลิตสินค้า หรือให้บริการที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 และ 51-200 ล้านบาท ถือว่าเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง ตามลำดับ (Office of SMEs Promotion, 2017)

จากนิยามดังกล่าวจะเห็นได้ว่า “ขนาด” ของธุรกิจทั้งจำนวนแรงงานและทุนเป็นประเด็นสำคัญในการบ่งชี้ถึงการเป็นผู้ประกอบการ และเมื่อใดก็ตามที่มีการก่อตั้งกิจการขึ้นมาใหม่ก็จะถือว่าผู้ประกอบการเกิดขึ้นไม่ว่าลักษณะของการดำเนินธุรกิจนั้นจะอยู่ในรูปแบบใด

ปวินท์ เทพคุณหมิมิตต์ และ นพดล พันธุ์พานิช (2564) การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค ปัจจุบันดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานของผู้คนและองค์กร แต่จากวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบันทำให้ดิจิทัลกลายเป็นสิ่งหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริง และเปลี่ยนโครงสร้างของรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง แนวโน้มของอุตสาหกรรมดิจิทัลในระดับโลกจึงมีศักยภาพสูงมาก ภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรม

สิริวิมล ประทุม (2562) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยอื่นในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพัก โรงแรมประเภท 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านการส่งเสริมและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ส่วนปัจจัยด้าน

จิตวิทยา และ ปัจจัยทางสังคม ต่อพฤติกรรมในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์กันเชิงลบอยู่ในระดับต่ำ

ชวลีวรรณ ปรานธรรม,ณิชา จารุสิริชัย และเอกราช เหมาะประมาณ (2562) พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักโรงแรม และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีจำนวนวันที่เข้าพัก 2 คืน ผู้ร่วมเดินทางมาพักเป็นครอบครัว มีวิธีการจองที่พักล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ ทราบข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ต เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย การตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านที่พักและบริการ รองลงมา คือ ด้านพนักงานให้บริการ สถานที่ตั้งหรือช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคาที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ศักดิ์สยามนต์ ไยสามเสน และ ประทีป พิษทองกลาง (2563) การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก 2) เพื่อศึกษาการบริการโรงแรมขนาดเล็ก รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสานวิธีพื้นที่วิจัยคือ โรงแรมขนาดเล็ก 5 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง 300 คน คือ ผู้จัดการโรงแรมเจ้าหน้าที่ 50 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว 250 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิดได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานะภาพมีแฟนแล้ว เป็นนักเรียน/นักศึกษา ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จุดประสงค์คือ พักผ่อน/ท่องเที่ยว เข้าพักโรงแรมเพราะตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว จองห้องพักผ่าน เว็บไซต์ 2) โรงแรมขนาดเล็กแต่ละแห่งมีกลยุทธ์ที่ใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ สร้างจุดเด่นในด้านการตกแต่งห้องพักที่มีเอกลักษณ์แตกต่างไปจากโรงแรมอื่น การสร้างความประทับใจด้านการบริการให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม และการมีนวัตกรรมการให้บริการต่างๆ ที่ทันสมัยให้แก่ลูกค้า เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ หรือบริการที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้า เป็นต้น

จารุวรรณ โปสาวัง และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2563) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนระหว่าง 15,000-25,000 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา มีวิธีการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 คน ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1-2 วัน ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคน1คืน ประมาณ 1,001-1,999 บาท และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักคือ เพื่อน

กรรชัย นาคลัยและคณะ (2566) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม ส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรม วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการโรงแรม 2 คืน และวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและด้านการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาด้านช่องทางจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ และด้านกระบวนการใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมภูเก็ตทางกายภาพตามลำดับ ภูมิสำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สภาพภาพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ราคา ที่ตั้งห้องพัก การบริการจากพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการโปรโมทที่พัก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้ในระดับที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ส่วนตัว วัฒนธรรม และการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2566 จำนวน 8,424,528 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95% โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงตามสูตรของ Taro Yamane (1973) คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{โดย } n = \frac{8,424,528}{1 + (8,424,528)(0.05)^2}$$

$$n = 399.98$$

$$n = 399.98$$

$N = 399.98$ คน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับจำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง 2. จำนวนวันที่เข้าพัก 3. รูปแบบห้องพักที่เลือก 4. ราคาห้องพักที่เลือก 5. โอกาสในการกลับมาพักซ้ำ และ 6. ช่องทางการจองที่พัก มีลักษณะเป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก ได้แก่ 1. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย 2. ด้านอัตราค่าที่พัก 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4. ด้านทำเลที่ตั้ง 5. ด้านการบริการของพนักงาน และ 6. ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

3.3 การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือ และการหาคุณภาพของเครื่องมือ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ลำดับแบบสอบถามดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. ศึกษาวิธีการออกแบบและสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

3. นำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความเหมาะสมของเครื่องมือ

4. นำเครื่องมือที่แก้ไข ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยได้ค่ามาตรฐาน IOC คือ 1.0

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมกับเนื้อหา

6. นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis, MRA) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach 1990, 202-

204) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นคือ 0.72

7. เครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กจากงานวิจัย ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เอกสารต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลซึ่งรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะชี้แจงวัตถุประสงค์ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง
3. ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับ
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาดำเนินการวิเคราะห์สรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้รับคืน
2. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์
3. การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยจากแบบสอบถามตามเกณฑ์ ของบุญชม ศรีสะอาด (2556, 121)

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.5.2 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1) การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) บรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพสมรส 4. ระดับการศึกษา และ 5. รายได้

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

3) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานหาค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสำหรับตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มสถิติที่ใช้คือ t-test for Independent Samples และมากกว่า 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One Way Analysis of Variance: ANOVA) กรณีที่พบว่ามีความสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย Least Significant Difference: LSD

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

f	แทน	ความถี่
n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่คำนวณจากt-test
F	แทน	ค่าสถิติที่คำนวณจากF-testหรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
SS	แทน	ระดับความเป็นอิสระ (degrees of freedom)
df	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
MS	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ
Sig *	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1.วัตถุประสงค์ในการเดินทาง 2.จำนวนวันที่เข้าพัก 3.รูปแบบห้องพักที่เลือก 4.ราคาห้องพักที่เลือก 5.โอกาสในการกลับมาพักซ้ำและ 6.ช่องทางการจองที่พัก

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กได้แก่ 1.ด้านระบบรักษาความปลอดภัย 2.ด้านอัตราค่าที่พัก 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4.ด้านทำเลที่ตั้ง 5.ด้านการบริการของพนักงาน และ 6.ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

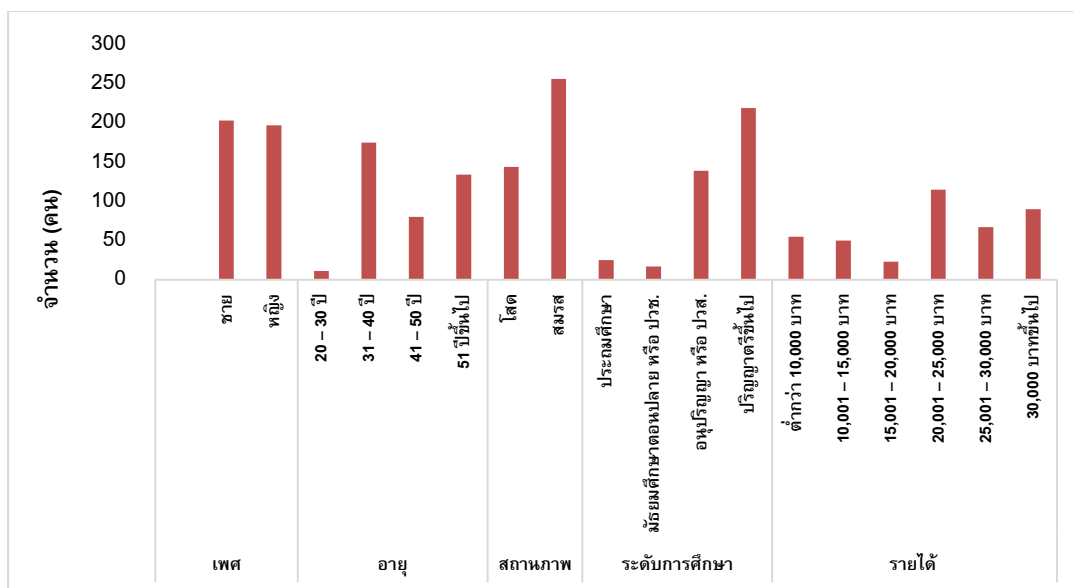
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 และเป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 ตามลำดับ

มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา มีอายุ 51 ปี ขึ้นไปจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และน้อยที่สุด 20-30 ปี จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ มีสถานะส่วนใหญ่สมรส จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 และ โสด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามลำดับ

การศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ระดับประถมศึกษาจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 6.20 และมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

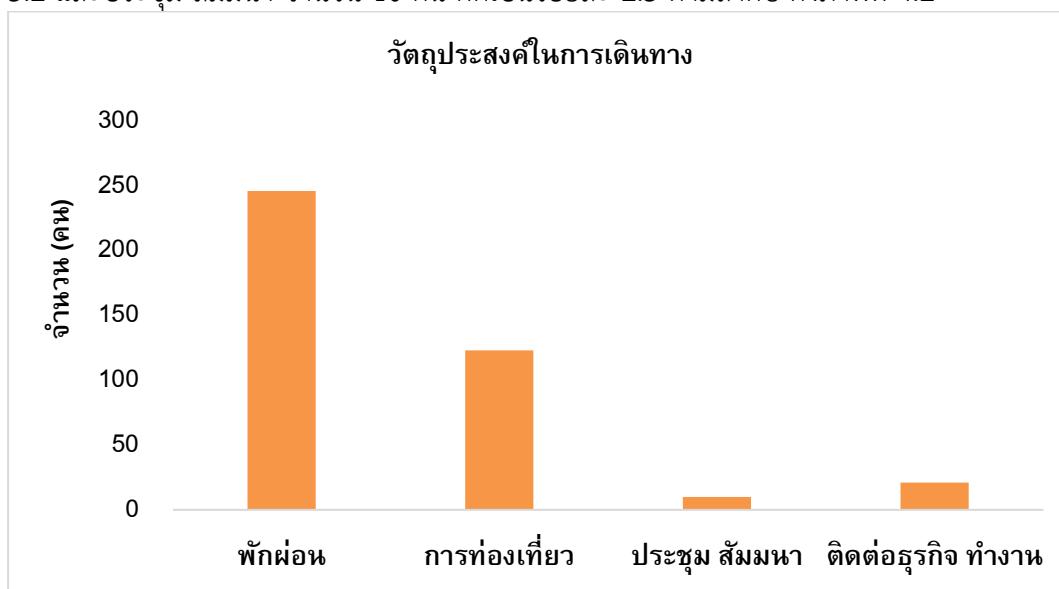
รายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวนมากที่สุด 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมารายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาได้แก่ 25,001-30,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และรายได้ 15,001-20,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

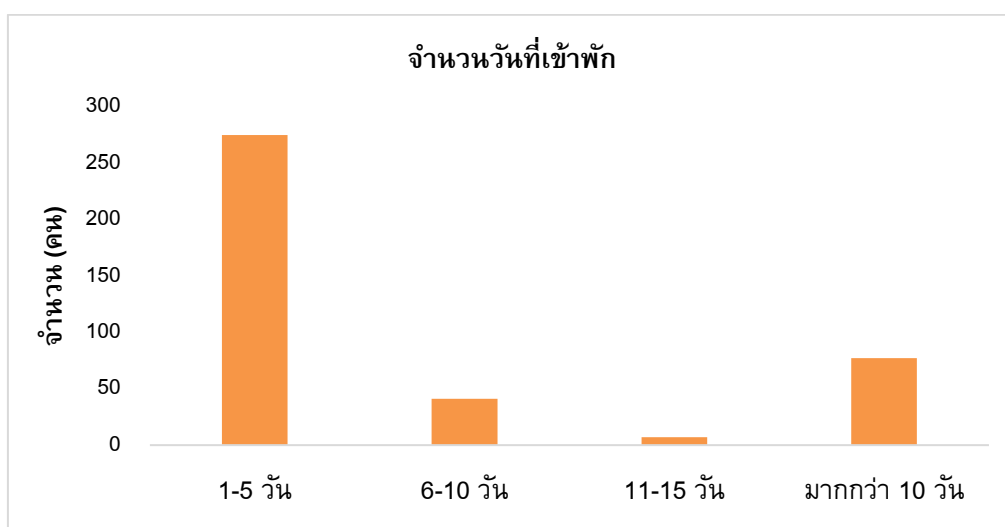
ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง 2. จำนวนวันที่เข้าพัก 3. รูปแบบห้องพักที่เลือก 4. ราคาห้องพักที่เลือก 5. โอกาสในการกลับมาพักซ้ำ และ 6. ช่องทางการจองที่พัก

2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง โดยส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ติดต่อธุรกิจทำงาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และประชุม สัมมนา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.2



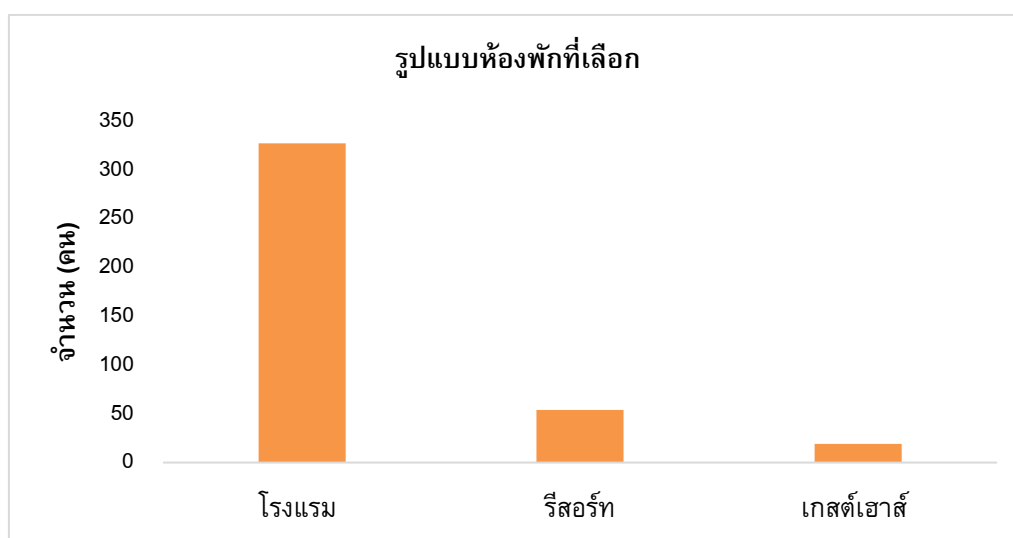
ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางนักท่องเที่ยว

2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนวันที่เข้าพักโดยส่วนใหญ่ เข้าพัก 1-5 วัน จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาได้แก่ พักมากกว่า 10 วัน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 เข้าพัก 6- 10 วัน จำนวน 41 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และเข้าพัก 11-15 วันน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.3



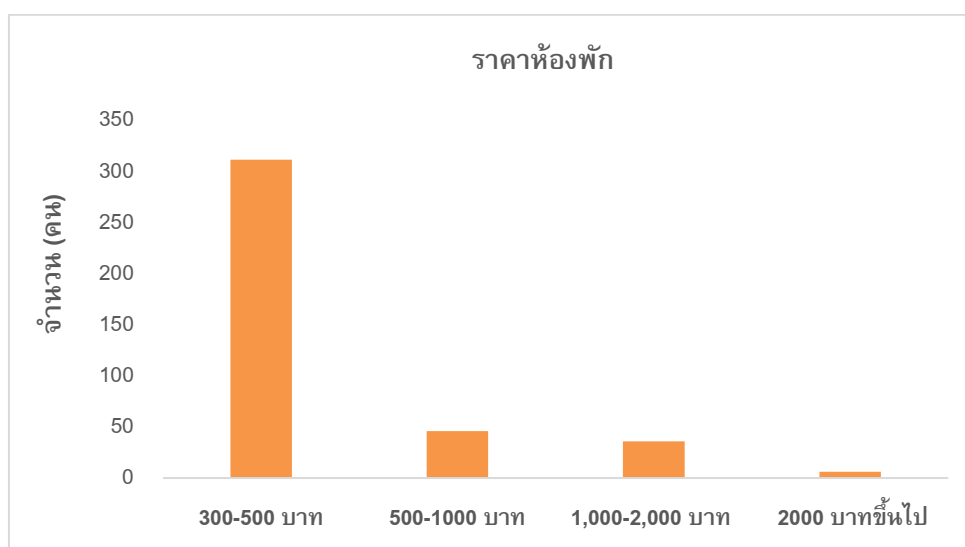
ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงจำนวนวันที่เข้าพัก

2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบห้องพักที่เลือกส่วนใหญ่เป็นประเภทโรงแรมมากที่สุด จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาได้แก่ รีสอร์ท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ เกสต์เฮาส์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.4



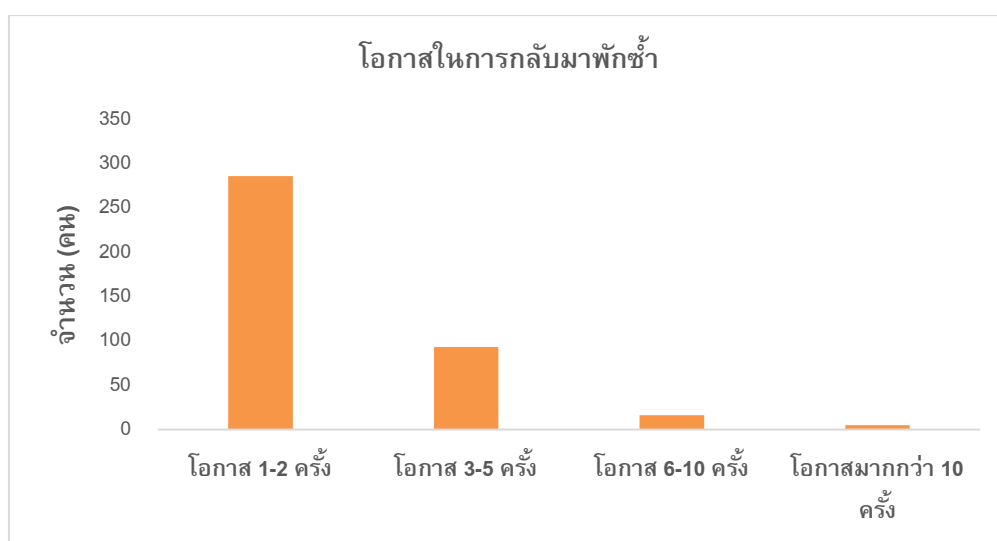
ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงรูปแบบห้องพักที่เลือก

2.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาห้องพักที่เลือก ได้แก่ ราคา 300-500 มากที่สุด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาได้แก่ 500-1,000 บาทจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.5 ราคา 1,000-2,000 บาทจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และราคา 2,000 บาทขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.5



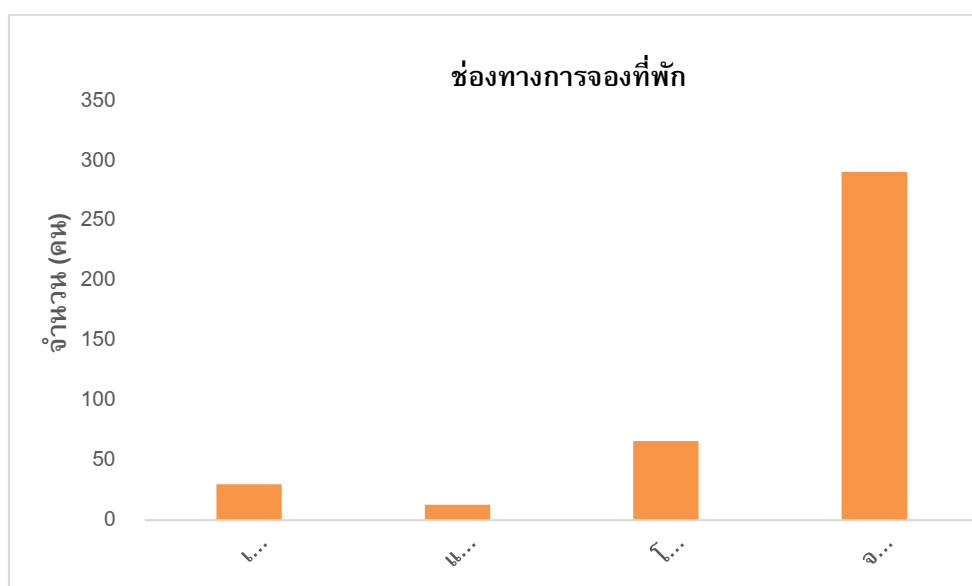
ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงราคาห้องพัก

2.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้แก่ โอกาสในการกลับมาพักซ้ำมากที่สุด 1-2 ครั้งจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาได้แก่ โอกาส 3-5 ครั้ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 โอกาส 6-10 ครั้ง จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.0 และน้อยที่สุดมากกว่า 10 ครั้งจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงโอกาสในการกลับมาพักซ้ำ

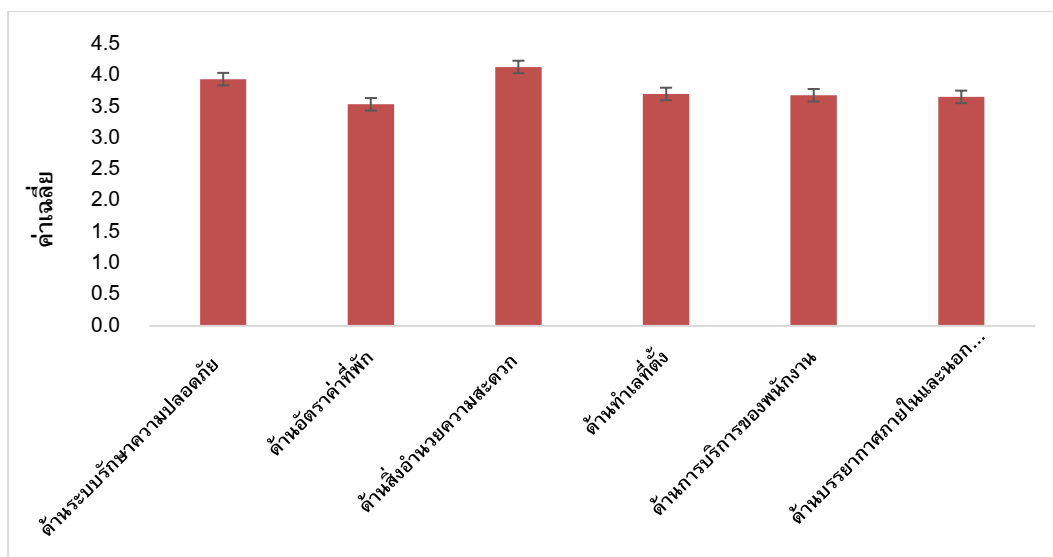
2.6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการจองที่พัก ได้แก่ จองที่โรงแรมมากที่สุด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมาได้แก่ โทรศัพท์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 เว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และน้อยที่สุดทางแอปพลิเคชัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงช่องทางการจองที่พัก

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กได้แก่ 1.ด้านระบบรักษาความปลอดภัย 2. ด้านอัตราค่าที่พัก 3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4. ด้านทำเลที่ตั้ง 5. ด้านการบริการของพนักงาน และ 6.ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

ภาพรวมในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.78$ ด้านที่สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด $\bar{X} = 4.14$ รองลงมาได้แก่ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.95$ ด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.71$ ด้านการบริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.69$ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.66$ และด้านอัตราค่าที่พัก $\bar{X} = 3.54$ ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.8

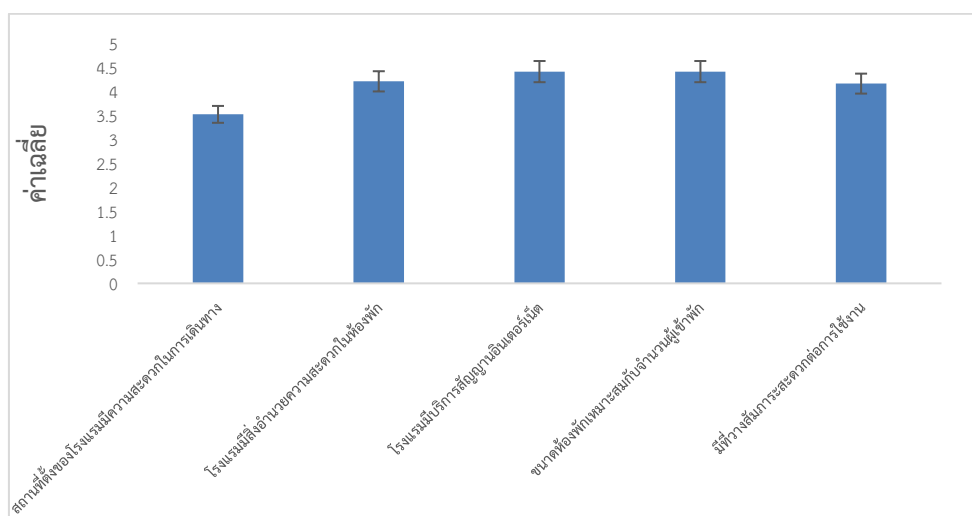


ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงภาพรวมในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.1 การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก

3.1.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

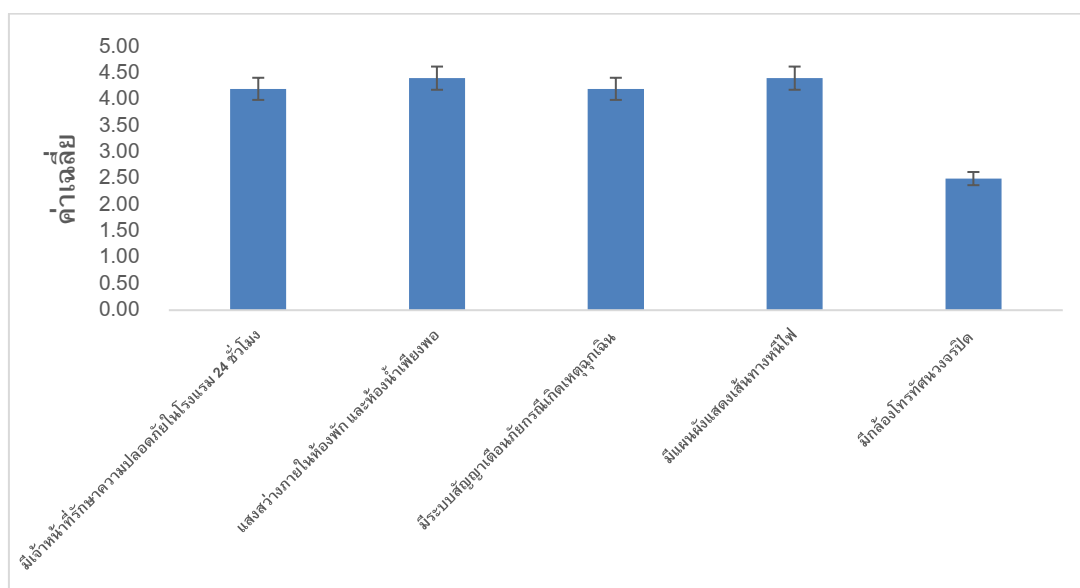
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า โรงแรมมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และ ขนาดห้องพักเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพักมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากัน $\bar{X} = 4.41$ รองลงมาได้แก่ โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.21$ มีที่ว่างสัมภาระสะดวกต่อการใช้งาน $\bar{X} = 4.16$ และสถานที่ตั้งของโรงแรมมีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.52$ ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

3.1.2 ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

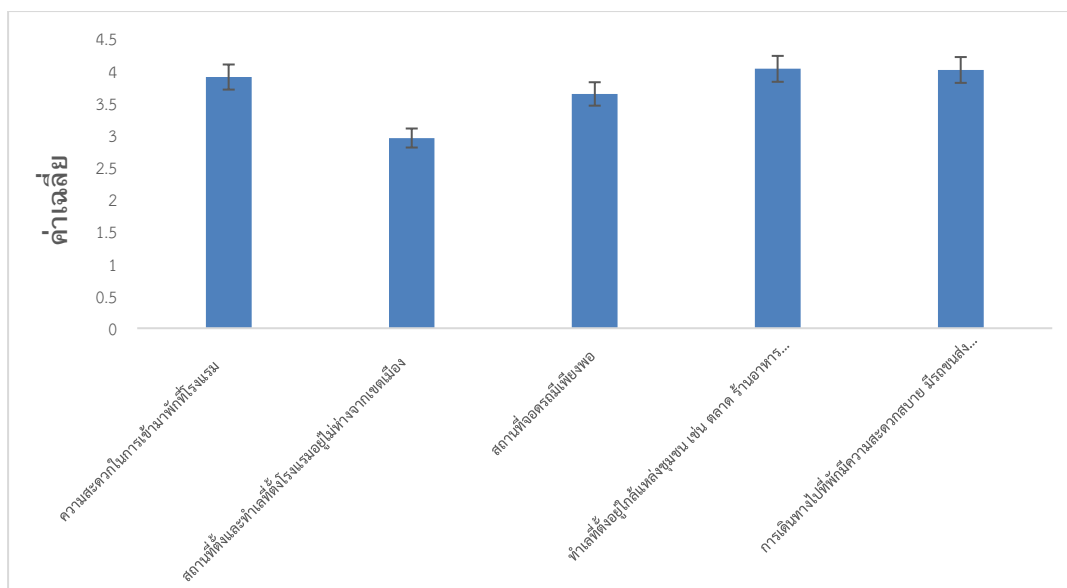
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า แสงสว่างภายในห้องพัก และห้องน้ำเพียงพอ และมีแผนผังแสดงเส้นทางหนีไฟมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากัน $\bar{X} = 4.41$ รองลงมาได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในโรงแรม 24 ชั่วโมง และมีระบบสัญญาณเตือนภัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน $\bar{X} = 4.21$ และน้อยที่สุดมีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด $\bar{X} = 2.50$ ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

3.1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง

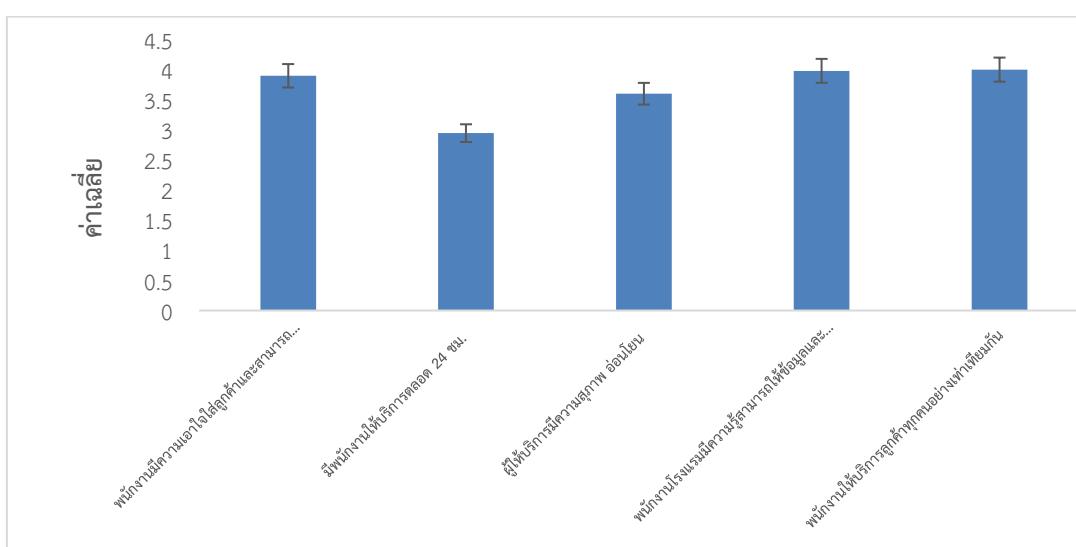
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีขนส่ง เป็นต้น มากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากัน $\bar{X} = 4.03$ รองลงมาได้แก่ การเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย มีรถขนส่งสาธารณะบริการมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.01$ ความสะดวกในการเข้ามาพักที่โรงแรม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.09$ สถานที่จอดรถมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.64$ และ สถานที่ตั้งและทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ไม่ห่างจากเขตเมือง $\bar{X} = 2.96$ ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้านทำเลที่ตั้ง

3.1.4 ด้านการบริการของพนักงาน

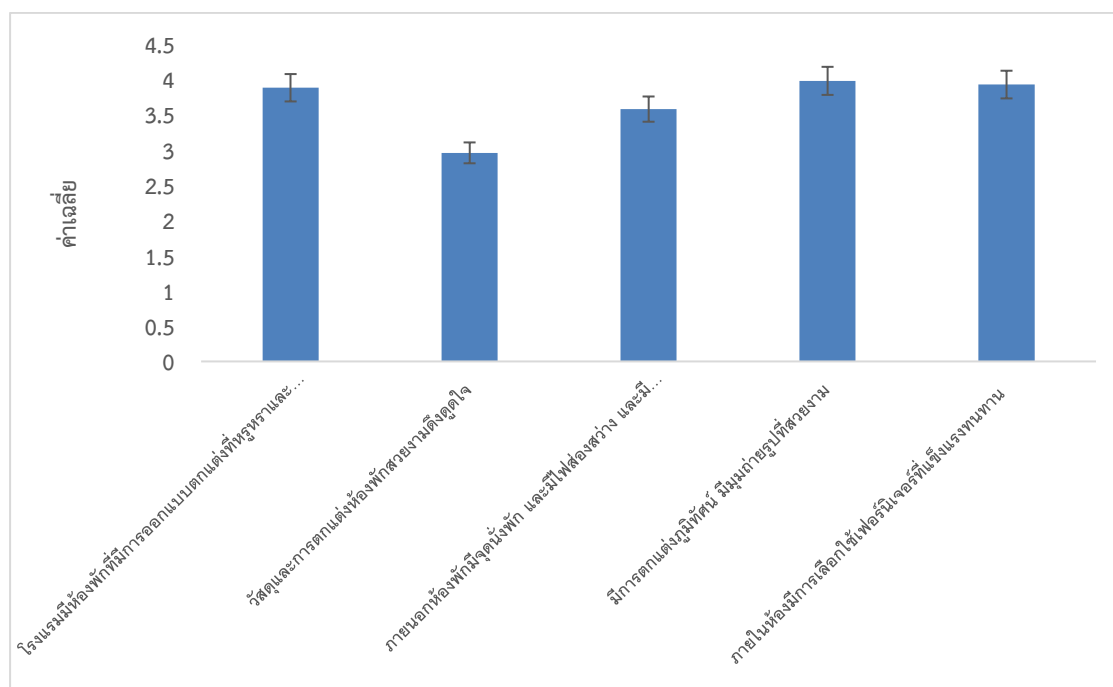
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มากที่สุดค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.00$ รองลงมาได้แก่ พนักงานโรงแรมมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้าได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.98$ พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าและสามารถตอบสนองการบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.90$ ผู้ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.60$ และน้อยที่สุดมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชม. ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 2.95$ ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวด้านการบริการของพนักงาน

3.1.5 ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

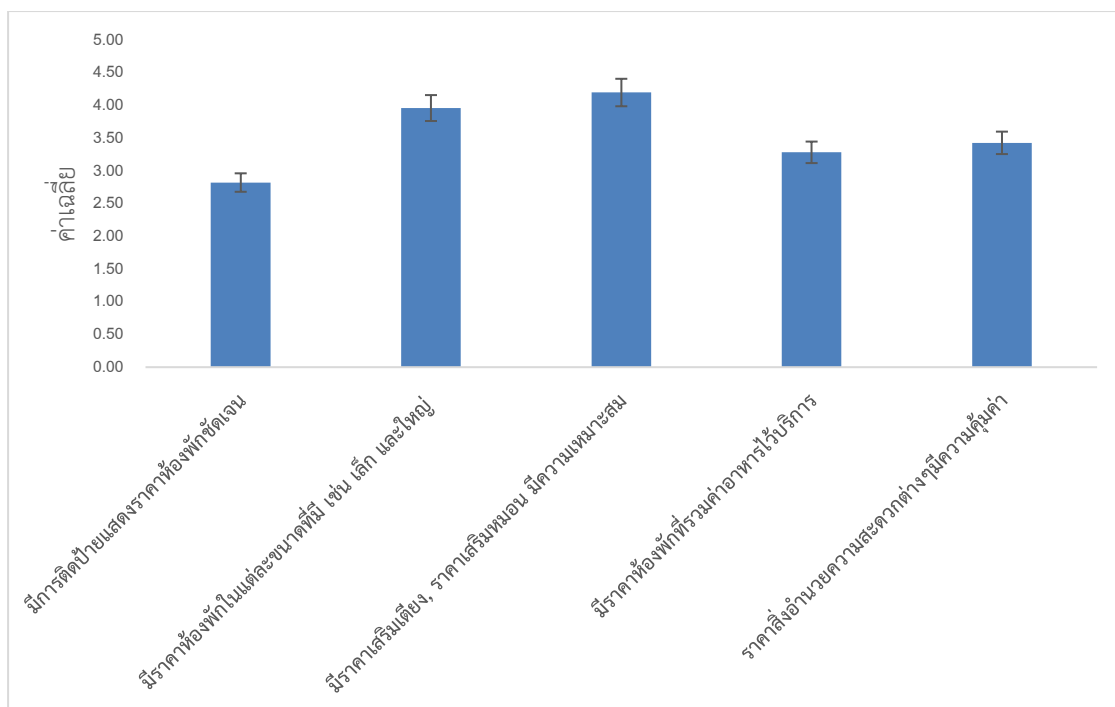
นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก พบว่า มีการตกแต่งภูมิทัศน์ มีมุมถ่ายรูปที่สวยงาม มากที่สุดค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.98$ รองลงมา ได้แก่ ภายในห้องมีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่แข็งแรงทนทาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.92$ โรงแรมมีห้องพักที่มีการออกแบบตกแต่งที่หรูหราและสวยงาม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.88$ ภายนอกห้องพักมีจุดนั่งพัก และมีไฟส่องสว่าง และมีพื้นที่ไว้บริการนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.58$ และน้อยที่สุดวัสดุและการตกแต่งห้องพักสวยงามดึงดูดใจ 2.96 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.13 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว
ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

3.1.6 ด้านอัตราค่าที่พัก

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ด้านอัตราค่าที่พัก พบว่า มีราคาเสริมเตียง ราคาเสริมหมอน มีความเหมาะสม มากที่สุดค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.20$ รองลงมา ได้แก่ มีราคาห้องพักในแต่ละขนาดที่มี เช่น เล็ก และใหญ่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.97$ ราคาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.43$ มีราคาห้องพักที่รวมค่าอาหารเช้าไว้บริการ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.29$ และมีการติดป้ายแสดงราคาห้องพักชัดเจน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 2.83$ ตามลำดับดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 ภาพแสดงการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ด้านอัตราที่พัก

ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ โดยใช้สถิติค่า t-test และค่า F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจ	เพศ				t	Sig
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	4.19	0.63	3.69	0.82	7.02	0.00*
2. ด้านอัตราค่าที่พัก	3.77	0.31	3.31	0.46	11.55	0.01*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.27	0.45	4.01	0.60	4.82	0.00*
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.62	0.47	3.80	0.55	-3.57	0.71
5. ด้านการบริการของพนักงาน	4.20	0.63	3.69	0.82	7.02	0.00*
6. ด้านบรรยากาศภายในและนอก ห้องพัก	3.58	0.48	3.75	0.55	-3.32	0.48
รวม	3.94	0.50	3.71	0.63	3.92	0.20

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านระบบรักษาความปลอดภัย ด้านอัตราค่าที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการบริการของพนักงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

รายการ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านระบบรักษา ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	18.66	3	6.22	11.25	0.00*
	ภายในกลุ่ม	219.01	396	0.55		
	รวม	237.69	399			
2. ด้านอัตราค่าที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	4.98	3	1.66	8.58	0.00*
	ภายในกลุ่ม	76.62	396	0.19		
	รวม	81.60	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	16.96	3	5.65	22.03	0.00*
	ภายในกลุ่ม	101.63	396	0.26		
	รวม	118.59	399			
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.009	3	0.34	1.27	0.28
	ภายในกลุ่ม	104.81	396	0.27		
	รวม	105.81	399			
5. ด้านการบริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	18.66	3	6.22	11.25	0.00*
	ภายในกลุ่ม	219.01	396	0.55		
	รวม	237.67	399			
6. ด้านบรรยากาศ ภายในและนอกห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	0.88	3	0.29	1.07	0.36
	ภายในกลุ่ม	107.79	396	0.27		
	รวม	237.67	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	10.19	3	3.37	9.24	0.11
	ภายในกลุ่ม	138.14	396	0.35		
	รวม	169.84	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่าง สำหรับรายด้าน พบว่า ด้าน
ระบบรักษาความปลอดภัย ด้านอัตราค่าที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการของ
พนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD
(Least Significance Difference) มีผลการทดสอบปรากฏดังตารางที่ 4.3 – 4.6

ตารางที่ 4.3 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	-	1.00 (.00)	0.92 (.00)	0.66 (.00)
31-40 ปี		-	0.11 (.00)	0.37 (.00)
41-50 ปี			-	0.26 (.00)
51 ปีขึ้นไป				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก

อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	-	0.12 (0.11)	0.02 (0.12)	0.28 (0.00)
31-40 ปี		-	0.14 (0.00)	0.16 (0.00)
41-50 ปี			-	0.30 (0.00)
51 ปีขึ้นไป				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปีและ 51 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.5 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	-	0.62* (0.00)	0.60* (0.00)	0.21 (0.12)
31-40 ปี		-	0.02 (0.10)	0.41 (0.12)
41-50 ปี			-	0.39* (0.00)
51 ปีขึ้นไป				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 31-40 ปีและ 51 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปีและ 51 ปีขึ้นไปและนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.6 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตาม อายุ ด้านการบริการของพนักงาน

อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
20-30 ปี	-	1.00* (0.00)	0.92* (0.01)	0.66* (0.00)
31-40 ปี		-	0.11* (0.02)	0.37* (0.01)
41-50 ปี			-	0.26* (0.00)
51 ปีขึ้นไป				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงานพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 31-40ปีและ51ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปีและ51 ปีขึ้นไป และนักท่องเที่ยวอายุ 41-50 ปีมีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานะ

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.02	1	0.02	0.03	0.86
	ภายในกลุ่ม	237.65	398	0.60		
	รวม	237.67	399			
2. ด้านอัตราค่าที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	0.03	1	0.03	0.12	0.73
	ภายในกลุ่ม	81.57	398	0.21		
	รวม	81.60	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.00	1	0.00	0.00	0.97
	ภายในกลุ่ม	118.59	398	0.30		
	รวม	118.59	399			

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก
เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานะ (ต่อ)

รายการ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.04	1	0.04	0.14	0.71
	ภายในกลุ่ม	105.78	398	0.27		
	รวม	105.81	399			
5. ด้านการบริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.02	1	0.19	0.03	0.86
	ภายในกลุ่ม	237.65	398	0.60		
	รวม	237.67	399			
6. ด้านบรรยากาศภายใน และนอกห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	0.04	1	0.04	0.16	0.69
	ภายในกลุ่ม	108.63	398	0.27		
	รวม	108.67	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.03	1	0.05	0.08	0.80
	ภายในกลุ่ม	148.31	398	0.38		
	รวม	148.34	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามสถานะ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา

รายการ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านระบบรักษาความ ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	8.04	3	2.68	4.62	0.00*
	ภายในกลุ่ม	229.63	396	0.58		
	รวม	237.67	399			
2. ด้านอัตราค่าที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	9.25	3	3.08	16.87	0.00*
	ภายในกลุ่ม	72.35	396	0.18		
	รวม	81.60	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.63	3	0.54	1.84	0.14
	ภายในกลุ่ม	116.96	396	0.29		
	รวม	118.59	399			

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

รายการ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.97	3	0.65	2.51	0.06
	ภายในกลุ่ม	103.81	396	0.26		
	รวม	105.81	399			
5. ด้านการบริการของ พนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	8.04	3	2.68	4.62	0.00*
	ภายในกลุ่ม	229.63	396	0.58		
	รวม	237.67	399			
6. ด้านบรรยากาศภายใน และนอกห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	0.99	3	0.33	1.22	0.30
	ภายในกลุ่ม	107.68	396	0.27		
	รวม	108.67	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.99	3	1.66	5.82	0.08
	ภายในกลุ่ม	143.34	396	0.36		
	รวม	148.34	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา ในภาพรวมไม่แตกต่าง สำหรับรายด้าน พบว่า
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ด้านอัตราค่าที่พัก และด้านการบริการของพนักงานแตกต่างกันอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significance
Difference) มีผลการทดสอบปรากฏดังตารางที่ 4.9 – 4.11

ตารางที่ 4.9 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผล
การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวส	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา	-	0.66* (0.00)	0.42* (0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.		-	0.24 (0.12)
ปริญญาตรีขึ้นไป			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส และปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.10 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุด้านอัตราค่าที่พัก

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา	-	0.48* (0.01)	0.43* (0.02)
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.		-	0.05 (0.06)
ปริญญาตรีขึ้นไป			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส และปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.11 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงาน

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส	ปริญญาตรีขึ้นไป
ประถมศึกษา	-	0.47* (0.00)	0.43* (0.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.		-	0.04 (0.12)
ปริญญาตรีขึ้นไป			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. และปริญญาตรีขึ้นไป

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	15.29	5	3.058	5.42	0.00*
	ภายในกลุ่ม	222.38	394	0.564		
	รวม	237.67	399			
2. ด้านอัตราค่าที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	13.39	5	2.68	15.48	0.00*
	ภายในกลุ่ม	68.20	394	0.17		
	รวม	81.60	399			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	8.841	5	1.768	6.35	0.00*
	ภายในกลุ่ม	109.75	934	0.28		
	รวม	118.59	399			
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	17.71	5	3.54	15.84	0.00*
	ภายในกลุ่ม	88.11	934	0.22		
	รวม	105.81	399			
5. ด้านการบริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	15.29	5	3.06	5.42	0.00*
	ภายในกลุ่ม	222.38	394	0.56		
	รวม	237.67	399			
6. ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก	ระหว่างกลุ่ม	17.24	5	3.45	14.85	0.00*
	ภายในกลุ่ม	91.44	394	0.23		
	รวม	108.67	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	14.63	5	2.93	10.56	0.00*
	ภายในกลุ่ม	133.71	394	0.34		
	รวม	148.34	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significance Difference) มีผลการทดสอบปรากฏดังตารางที่ 4.13 – 4.18

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	30,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า	-	0.07	0.25*	0.19*	0.46*	0.33*
10,000		(0.11)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)
10,001-			0.32*	0.13	0.39*	0.27*
15,000			(0.00)	(0.12)	(0.00)	(0.00)
15,001-			-	0.44*	0.71*	0.58*
20,000				(0.00)	(0.00)	(0.00)
20,001-				-	0.26*	0.14*
25,000					(0.00)	(0.00)
25,001-					-	0.12
30,000						(0.11)
30,000						-
-ขึ้นไป						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ,25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านอัตราค่าที่พัก

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	30,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000	-	0.06 (0.12)	0.26* (0.01)	0.17* (0.00)	0.44* (0.00)	0.32* (0.00)
10,001-15,000		-	0.32* (0.00)	0.11 (0.06)	0.38* (0.00)	0.26* (0.00)
15,001-20,000			-	0.43* (0.00)	0.70* (0.00)	0.58* (0.00)
20,001-25,000				-	0.27* (0.00)	0.15* (0.00)
25,001-30,000					-	0.12 (0.07)
30,000 -ขึ้นไป						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านอัตราค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	30,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000	-	0.17 (0.08)	0.34* (0.01)	0.24* (0.00)	0.03 (0.10)	0.14 (0.11)
10,001-15,000		-	0.34* (0.00)	0.24* (0.00)	0.03 (0.10)	0.15 (0.12)
15,001-20,000			-	0.58* (0.00)	0.31* (0.00)	0.49* (0.00)
20,001-25,000				-	0.27* (0.01)	-0.09 (0.12)
25,001-30,000					-	0.08 (0.13)
30,000 -ขึ้นไป						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านทำเลที่ตั้ง

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	30,000 ขึ้น ไป
ต่ำกว่า	-	0.16	0.21	0.44*	0.39*	0.27*
10,000		(0.12)	(0.12)	(0.01)	(0.02)	(0.01)
10,001-		-	0.38*	0.61*	0.56*	0.44*
15,000			(0.00)	(0.01)	(0.02)	(0.01)
15,001-			-	0.22*	0.18	0.05
20,000				(0.01)	(0.11)	(0.12)
20,001-				-	0.04	0.17
25,000					(0.12)	(0.15)
25,001-					-	0.13
30,000						(0.12)
30,000 -						-
ขึ้นไป						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาทและ 30,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านการบริการของพนักงาน

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	20,001- 25,000	25,001- 30,000	30,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000	-	0.19 (0.09)	0.40* (0.01)	0.12 (0.07)	0.38* (0.01)	0.06 (0.09)
10,001-15,000		-	0.21 (0.12)	0.30 (0.11)	0.57 (0.06)	0.25 (0.07)
15,001-20,000			-	0.51 (0.11)	0.78* (0.01)	0.46* (0.02)
20,001-25,000				-	0.26* (0.02)	0.05 (0.12)
25,001-30,000					-	0.26* (0.00)
30,000 -ขึ้นไป						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านการบริการของพนักงาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก

รายได้	ต่ำกว่า 10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000	-	0.15 (0.11)	0.22 (0.14)	0.45* (0.00)	0.39* (0.00)	0.24* (0.00)
10,001-15,000		-	0.36* (0.00)	0.59* (0.00)	0.53* (0.00)	0.39 (0.12)
15,001-20,000			-	0.23* (0.00)	0.17 (0.12)	0.02 (0.13)
20,001-25,000				-	0.06 (0.09)	0.21 (0.12)
25,001-30,000					-	0.15 (0.11)
30,000-ขึ้นไป						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000, 25,001-30,000 และ 30,000 บาท ขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท

ตารางที่ 4.19 ภาพรวมผลการทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผล
การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	ด้าน	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.00*	สอดคล้อง
	ด้านอัตราค่าที่พัก	0.01*	
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.00*	
	ด้านการบริการของพนักงาน	0.00*	
อายุ	ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.00*	สอดคล้อง
	ด้านอัตราค่าที่พัก	0.00*	
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.01*	
	ด้านการบริการของพนักงาน	0.03*	
สถานะ	ทั้ง 5 ด้าน	-	ไม่สอดคล้อง
การศึกษา	ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.00*	สอดคล้อง
	ด้านอัตราค่าที่พัก	0.00*	
	ด้านการบริการของพนักงาน	0.00*	
รายได้	ด้านระบบรักษาความปลอดภัย	0.00*	สอดคล้อง
	ด้านอัตราค่าที่พัก	0.00*	
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.00*	
	ด้านทำเลที่ตั้ง	0.00*	
	ด้านการบริการของพนักงาน	0.00*	
	ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก	0.00*	

จากตารางที่ 4.19 แสดงภาพรวมผลการทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาค่าแจกแจงความถี่(Frequency)ค่าร้อยละ (Percentage)ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ t-test และ F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก รวมถึงคุณสมบัติส่วนบุคคลและคุณภาพของบริการ โดยผลจากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.80 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.20 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานะส่วนใหญ่สมรส การศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด และมีรายได้ 20,001-25,000 บาท

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน จำนวนวันที่เข้าพักโดยส่วนใหญ่ เข้าพัก 1-5 วัน โดยรูปแบบห้องพักที่เลือกส่วนใหญ่เป็นประเภทโรงแรมมากที่สุด ราคา ห้องพักที่เลือก ได้แก่ ราคา 300-500 บาทมากที่สุด โอกาสในการกลับมาพักซ้ำ มากที่สุด 1-2 ครั้ง และช่องทางการจองที่พักผ่านทางโรงแรมมากที่สุด

3. การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.78$ ด้านที่สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด $\bar{X} = 4.14$ รองลงมา ได้แก่ ด้านระบบรักษาความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.95$ ด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.71$ ด้านการบริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.69$ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.66$ และด้านอัตราค่าที่พัก $\bar{X} = 3.54$ ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก พบว่านักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็ก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายและเพศหญิงอาจมีความต้องการและความชื่นชอบที่แตกต่างกันในการเลือกโรงแรม ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายและบริการที่ตรงกับความต้องการส่วนตัว เช่น การเลือกที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับการเดินทาง กลุ่มอายุต่างๆ มีลักษณะการเดินทางที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยอาจมองหาโรงแรมที่มีราคาย่อมเยาและมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในขณะที่กลุ่มอายุสูงอาจเน้นที่ความสะดวกสบายและบริการที่มีคุณภาพมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง มักจะให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น การรีวิวจากผู้ที่เคยเข้าพักหรือความสะอาดของโรงแรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาดำเนินการมองหาความสะดวกและราคาที่เหมาะสม และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมักจะเลือกโรงแรมที่มีคุณภาพสูงและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมากกว่า ส่วนคนที่มีรายได้ต่ำอาจจะเลือกที่พักที่ราคาถูกและเหมาะสมกับงบประมาณของตนเอง ดังนั้น พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งในแง่ของความต้องการส่วนบุคคลและความคาดหวังในด้านต่างๆ เช่น ราคา บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ และ กมลทิพย์ คำใจ (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พัก แบบโฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับการศึกษาของ กรรชัย นาคล้ำและคณะ (2566) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับการศึกษาของ เตือนใจ ศรีชะฎา (2560) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในพื้นที่เมืองพัทยาโดยภาพรวมแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อ พักผ่อน ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการในการหลีกเลี่ยงความเครียดและการผ่อนคลายจากกิจวัตรประจำวันจำนวนวันที่เข้าพัก ส่วนใหญ่เลือกพัก 1-5 วัน ซึ่งบ่งบอกถึงการพักในระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อน

สอดคล้องกับการศึกษาของ คักดีสายันต์ ไยสามเสน และ ประทีป พืชมงคล (2563) การบริการของโรงแรมขนาดเล็กใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จุดประสงค์ เพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว การวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักใน ประเภทโรงแรม ซึ่งหมายความว่า โรงแรมมีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายและบริการที่ครบครัน ราคาห้องพักที่นักท่องเที่ยวเลือกมากที่สุดอยู่ในช่วง 300-500 บาท ซึ่งแสดงถึงการเลือกพักในโรงแรมขนาดเล็กที่มีราย่อมเยาและไม่เกินงบประมาณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Starkov & Price (2007) กล่าวว่า การเปรียบเทียบราคาและราคาที่ต่ำกว่า เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ ลูกค้าเลือกบริการการจองโรงแรมผ่านทางออนไลน์ นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการกลับมาพักซ้ำ 1-2 ครั้ง ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับที่ดี และมีแนวโน้มที่จะกลับมาพักในอนาคต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จองที่พักผ่านทางโรงแรม ซึ่งบ่งบอกถึงความสะดวกและความเชื่อมั่นในบริการของโรงแรมในการจัดการการจองที่พัก ซึ่งการวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นถึงความนิยมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นไปที่ความสะดวกสบาย ราคาที่เหมาะสม และการพักผ่อนที่ตรงตามความต้องการ

การตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ระดับมากด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกพักโรงแรม ได้แก่

1. ด้านที่สิ่งอำนวยความสะดวก การเลือกโรงแรมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญหลายด้านในการตัดสินใจ โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อประสบการณ์การเข้าพัก หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวในการเลือกโรงแรมคือ บริการอินเทอร์เน็ต เพราะการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการติดต่อสื่อสาร การหาข้อมูลท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งการทำงาน ในระหว่างการเดินทางอีกปัจจัยที่มีความสำคัญคือ ขนาดของห้องพัก ซึ่งต้องเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก เพื่อให้ทุกคนรู้สึกสะดวกสบายและสามารถใช้พื้นที่ได้อย่างเต็มที่ หากห้องพักแคบเกินไปอาจทำให้รู้สึกอึดอัด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการพักผ่อน โดยรวมแล้ว การให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ดี และการมีห้องพักที่มีขนาดเหมาะสม กับจำนวนผู้เข้าพักจะเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับการศึกษาของ วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และกอบกุล จันทรโคธิกา (2561) ผู้ต้องการเข้าพักตัดสินใจเลือกพักโรงแรมโดยพิจารณาจากลักษณะห้องพักที่สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถตอบสนองความต้องการได้

2. ด้านระบบรักษาความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กใน ได้แก่ แสงสว่างภายในห้องพัก และห้องน้ำเพียงพอ และมีแผนผังแสดงเส้นทางหนีไฟ เนื่องจากการมีแสงสว่างที่เพียงพอในห้องพักและห้องน้ำช่วยให้ผู้เข้าพักรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในสภาพแวดล้อมของตนเอง โดยเฉพาะในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟดับหรือการอพยพออกจากห้องและการมีแผนผังแสดงเส้นทางหนีไฟในห้องพักหรือพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรมช่วยให้ผู้เข้าพักมีความมั่นใจว่าในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน พวกเขาจะสามารถอพยพออกจากโรงแรมได้อย่างปลอดภัยและรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาของ เตือนใจ ศรีชะฎา และคณะ (2565) พบว่า ความปลอดภัย เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักย่านถนนข้าวสาร

กรุงเทพมหานคร ได้แก่ มีป้ายฉุกเฉินในที่พัก มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบป้องกันอัคคีภัย และมีที่จอดรถเพียงพอ

3. ด้านทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโรงแรมขนาดเล็กเมื่อทำการตัดสินใจเลือกที่พัก เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่ดีช่วยให้การเดินทางสะดวกสบายและประหยัดเวลา การเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล หรือสถานี่ขนส่ง จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับบรรยากาศท้องถิ่นและใช้เวลาในการพักผ่อนอย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของใจดาว พันธุ์ปัญญากรกุล (2560) ปัจจัยการตัดสินใจ เลือกใช้ห้องพัก โรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พบว่า ด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ โรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังการเข้าพักโรงแรม

4. ด้านการบริการของพนักงาน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพัก โรงแรมขนาดเล็กในด้านการบริการของพนักงาน โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการที่มีความเท่าเทียมและใส่ใจต่อทุกคน การบริการที่ดีและเป็นมิตรจากพนักงานสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยเพิ่มความพึงพอใจและทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลอย่างเต็มที่ โดยไม่ว่าจะเป็นลูกค้ารายเล็กหรือรายใหญ่ พนักงานควรให้บริการด้วยความเป็นมิตรและ ยุติธรรม เพื่อให้ลูกค้าทุกคนรู้สึกมีความสำคัญและได้รับการบริการที่ดีที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ จิราวัฒน์ คาวีชา (2563) การตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มากที่สุด ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญด้านพนักงานมีความ เป็นมิตร มีอัธยาศัยดีในการ ให้บริการ พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน และ พนักงานให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน

5. ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กในด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก โดยเฉพาะการตกแต่งภูมิทัศน์ที่มีความสวยงามและมีมุมถ่ายรูปที่น่าสนใจ การตกแต่งที่สวยงามไม่เพียงแต่ทำให้ห้องพักดูน่าอยู่ แต่ยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและเป็นเอกลักษณ์ให้กับที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยว การมีมุมถ่ายรูปที่สวยงามทั้งภายในและภายนอกโรงแรม ยังเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ต้องการถ่ายภาพและแชร์ประสบการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2558) ได้อธิบายว่า รูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็น ใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจใช้บริการ เช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ ความสะอาด และสิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็น ซึ่งลูกค้าจะอาศัยสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

6. ด้านอัตราค่าที่พัก โดยเฉพาะในเรื่องของราคาเสริมเตียงและราคาเสริมหมอนที่มีความเหมาะสมและคุ้มค่า การตั้งราคาที่เหมาะสมและโปร่งใสช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการที่ค่าที่พักไม่สูงเกินไปและสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้การมีราคาเสริมสำหรับบริการต่าง ๆ เช่น การเสริมเตียงหรือหมอนที่มีความเหมาะสมและไม่เกินเลย ก็ช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทำให้การเลือก

พักโรงแรมขนาดเล็กเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณิกา ทองคง (2557) ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญ ด้านราคา/อัตราค่าบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจมาพักโรงแรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในปัจจัยกระบวนการให้บริการ และ ด้านที่สิ่งอำนวยความสะดวก มากที่สุด โรงแรมควรให้ความสำคัญในการบำรุงรักษา และตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเช่น ห้องน้ำ ทีวี อินเทอร์เน็ต หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้สะดวกและไม่เกิดปัญหาขณะเข้าพัก

1.2 การปรับกลยุทธ์ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะช่วยให้โรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถดึงดูดลูกค้าจากหลากหลายกลุ่มได้มากขึ้นและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกพักที่โรงแรม

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การสำรวจความพึงพอใจ ควรทำการสำรวจความคิดเห็นหลังจากที่ลูกค้าเข้าพักแล้ว เพื่อประเมินว่าประสบการณ์การพักของพวกเขาตรงกับความคาดหวังหรือไม่ และหากไม่ตรง โรงแรมสามารถปรับปรุงบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านใด

2.2 การเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ลูกค้าที่เคยพักโรงแรม เป็นวิธีที่ดีในการได้รับข้อมูลที่ละเอียดและลึกซึ้งเกี่ยวกับการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกเข้าพักโรงแรม การเก็บข้อมูลในลักษณะนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2.3 ศึกษาประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในการดึงดูดลูกค้า เช่น การใช้โปรโมชั่น การเสนอราคาพิเศษ หรือการใช้สื่อออนไลน์ และวิเคราะห์ว่ากลยุทธ์เหล่านั้นสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าได้อย่างไร

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). การประชุมด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ.2566 (ATF2023). แหล่งสืบค้น <https://www.mots.go.th/news/1000275>. สืบค้นวันที่ 1 มกราคม 2567.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). จังหวัดนักท่องเที่ยวสูงสุด. แหล่งสืบค้น <https://mgronline.com/online/section/detail/9670000038457>. สืบค้นวันที่ 2 มกราคม 2567.
- กรรชัย นาคลายและคณะ. (2566). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต.การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 ประจำปีการศึกษา 2566. วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- ชุลีวรรณ ปรานธรรม ณิช จารุศิริชัย และเอกราช เหมาะประมาณ. (2563). พฤติกรรมในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. 8(1), 91-106.
- ชดากร สถิตย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและพัฒนาโดยลงกรณีในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(3), 227-236.
- ชลลดา เจียมจิตวานิชย์ จีรพล จิยะจันทร์ และ นพดล พันธุ์พานิช. (2564). ตัวแบบการเป็นผู้ประกอบการใหม่ของนักศึกษาปริญญาตรีสังกัดมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 7(1), 434-447.
- ชุลีวรรณ ปรานธรรม ณิช จารุศิริชัย และเอกราช เหมาะประมาณ. (2563). พฤติกรรมในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. 8(1), 91-106.
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- ฐานิสร์ ไกรกังวาร. (2561). การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 9(3), 202-212.
- เตือนใจ ศรีชะภา ทักษิณา แสนเย็น และอาภาภรณ์ หะโล๊ะ. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการเลือกที่พักย่านถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร.วารสารรัชต์ภาคย์. 16(45), 21-335.

บรรณานุกรม

- เตือนใจ ศรีชะภู.(2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา.วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 2(1), 247-259.
- จารุวรรณ โปสาวัง และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์.7(1), 30-41.
- จิรารัตน์ คาวีชา. (2563). การตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา. บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นิตยา เกตุสมบูรณ์. (2549). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. พระนครศรีอยุธยา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เปรมกมล หงษ์ยนต์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาด้า)ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปวินท์ เทพกฤษณ์นิมิตต์ และ นพดล พันธุ์พานิช (2564). การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.7(1), 173-184.
- มณิกา ทองคง. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร.หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอยุธยา.
- วงศธร อรรถวิทยา, และคาล จามรมาน. (2564). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการพักโรงแรม 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครในช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 476-489.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blogpost_11.html.
- วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และกอบกุล จันทรโคติกา. (2561). การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก. RMUTT Global Business and Economics Review.13(2),7-15.
- ศศิชา กัณทพงษ์. (2561). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อข้าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพฯ บริษัทวสิทธิ์พัฒนาจำกัด.
- ศักดิ์สายันต์ ไยสามเสน และประทีป พิษทองกลาง. (2563). การบริการของโรงแรมขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.3(2), 170-182.
- สุนทรี ศิริจันทร์ และ กมลทิพย์ คำใจ. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. 2(1), 11-21.
- สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ภาควิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ.
- สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์. (2564). ภาวะผู้นำและจริยธรรมสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ทริบเพิล กรุ๊ป จำกัด.
- สิริวิมล ประทุม. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. 9(2), 1-2.
- อัศรฤกษ์ เหลือโกศล และอรชร มณีสงฆ์. (2559). ส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2 (2), 456-477.
- Cronbach, L. J., Gleser, G. C., Nanda, H., and Rajaratnam, N. (1972). The Dependability of Behavioral Measurements. New York: Wiley.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Cronbach, L.J. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. (5th ed.). New York: Harper Collions.
- Enrich Hotel Products. (2020). **การจัดแบ่งประเภทของที่พักรวมหรือโรงแรม**.สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2567 https://www.enrhotelproducts.co.th/content_topic.php?id=40.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). **Consumer behavior (8th ed.)**. Fort Worth: Dryden.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management analysis, planning, implementation and control (9th ed.)**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2017). **SME Promotion Plan No. 4 (B.E. 2560 - 2021)**. Office of Small and Medium Enterprises Promotion. Retrieved from: http://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052114185579.pdf
- Sachs,J,Schmidt-Traub, G.,Kroll,C., Lafortune, G., Fuller, G.,& Woelm, F. (2020). **the Sustainable Development Goals and COVID-19**, Sustainable Development Report 2020. Retrieved July 26. 2021. from <https://sdgindex.org/reports/sustainable-development-report-2020>.
- Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazar. (1994). **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey: Prentic-Hall.
- Starkov, M, & Price, J.H. (2007). **Top Ten Internet Marketing Resolution**, Retrieved from www.eyefortravel.com/index.asp?news=54142.
- World Economic Forum. (2015). **The Global Competitiveness Report 2015. The Global Competitive Ness and Benchmarking Network**. Geneva. At http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดสอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าคำถามที่ท่านเลือกให้ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. 20 – 30 ปี

() 2. 31 – 40 ปี

() 3. 41 – 50 ปี

() 4. 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

4. ระดับการศึกษา

() 1. ไม่ได้รับการศึกษา

() 2. ประถมศึกษา

() 3. มัธยมศึกษาตอนต้น

() 4. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.

() 5. อนุปริญญา หรือ ปวส.

() 6. ปริญญาตรีขึ้นไป

5. รายได้

() 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 2. 10,001 – 15,000 บาท

() 3. 15,001 – 20,000 บาท

() 4. 20,001 – 25,000 บาท

() 5. 25,001 – 30,000 บาท

() 6. 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าคำถามที่ท่านเลือกให้ตรงตามความเป็นจริง

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| () 1. พักผ่อน | () 2. การท่องเที่ยว |
| () 3. ประชุม สัมมนา | () 4. ติดต่อธุรกิจทำงาน |

2. จำนวนวันที่เข้าพัก

- | | |
|------------------|-----------------------|
| () 1. 1-5 วัน | () 2. 6-10 วัน |
| () 3. 11-15 วัน | () 4. มากกว่า 10 วัน |

3. รูปแบบห้องพักที่เลือก

- | | |
|-------------------|----------------|
| () 1. โรงแรม | () 2. รีสอร์ท |
| () 3. เกสต์เฮาส์ | () 4. โฮสเทล |

4. ราคาห้องพักที่เลือก

- | | |
|------------------------|------------------------|
| () 1. 300-500 บาท | () 2. 500-1,000 บาท |
| () 3. 1,000-2,000 บาท | () 4. 2,000 บาทขึ้นไป |

5. โอกาสในการกลับมาพักซ้ำ

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| () 1. โอกาส 1-2 ครั้ง | () 2. โอกาส 3-5 ครั้ง |
| () 3. โอกาส 6-10 ครั้ง | () 4. โอกาสมากกว่า 10 ครั้ง |

6. ช่องทางการจองที่พัก

- | | |
|---------------------------------|---------------------------|
| () 1. จองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม | () 2. จองผ่านแอปพลิเคชัน |
| () 3. โทรศัพท์ | () 4. เข้าไปจองที่โรงแรม |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วพิจารณาออกความคิดเห็นในแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านระบบรักษาความปลอดภัย หมายถึง การเตรียมความพร้อม ดูแล ช่วยเหลือ และป้องกันเหตุที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้า ด้วยความปลอดภัยขั้นสูงสุด					
12. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในโรงแรม24ชั่วโมง					
13. แสงสว่างภายในห้องพัก และห้องน้ำเพียงพอ					
14. มีระบบสัญญาณเตือนภัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน					
15. มีแผนผังแสดงเส้นทางหนีไฟ					
16. มีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด					
ด้านอัตราค่าที่พัก หมายถึง ความชัดเจนของรายละเอียดของห้องพักและราคาความคุ้มค่า ที่ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ทันที					
17. มีการติดป้ายแสดงราคาห้องพักชัดเจน					
18. มีราคาห้องพักในแต่ละขนาดที่มี เช่น เล็ก และใหญ่					
19.มีราคาเสริมเตียง, ราคาเสริมหมอน มีความเหมาะสม					
20.มีราคาห้องพักที่รวมค่าอาหารเช้าไว้บริการ					
21.ราคาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความคุ้มค่า					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับบริการ หลังจากตัดสินใจที่จะเข้าพัก และเป็นจุดขายที่สำคัญในการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า					
22. โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก					
23. โรงแรมมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต					
24. ขนาดห้องพักเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก					
25. มีที่วางสัมภาระสะดวกต่อการใช้งาน					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้ง หมายถึงสถานที่ตั้งของโรงแรมที่สะดวกในการเข้าพักรวมถึงใกล้กับสถานที่สำคัญที่ลูกค้าสามารถเดินทาง หรือสรรหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้สะดวก					
26. ความสะดวกในการเข้ามาพักที่โรงแรม					
27. สถานที่ตั้งและทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ไม่ห่างจากเขตเมือง					
28. สถานที่จอดรถมีเพียงพอ					
29. ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีขนส่ง เป็นต้น					
30. การเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย มีรถขนส่งสาธารณะบริการ					
ด้านการบริการของพนักงาน หมายถึง สิ่งสำคัญที่สุดของโรงแรมเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ที่ดี และกลับมาใช้บริการอีก รวมถึงการบอกต่อถึงการบริการที่ดีของโรงแรม					
31. พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าและสามารถตอบสนองการบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
32. มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชม.					
33. ผู้ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยน					
34. พนักงานโรงแรมมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
35. พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน					
ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก หมายถึง ภาพลักษณ์ของกิจการโรงแรม การออกแบบและการก่อสร้างบรรยากาศที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สะดวกต่อลูกค้า รวมถึงการตกแต่งที่สร้างความประทับใจในทันทีที่เห็น					
36. โรงแรมมีห้องพักที่มีการออกแบบตกแต่งที่หรูหราและสวยงาม					
37. วัสดุและการตกแต่งห้องพักสวยงามดึงดูดใจ					
38. ภายนอกห้องพักมีจุดนั่งพัก และมีไฟส่องสว่าง และมีพื้นที่ให้บริการนักท่องเที่ยว					
39. มีการตกแต่งภูมิทัศน์ มีมุมถ่ายรูปที่สวยงาม					
40. ภายในห้องมีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่แข็งแรงทนทาน					

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดสอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) เรื่อง
การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

2. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ของแบบสอบถาม และขอเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

4. ขอความกรุณาให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาร่างแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อมีเนื้อหาที่สอดคล้องตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายภาณุมาศ ทองประเทือง

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน () หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	เพศ () ชาย () หญิง				
2.	อายุ () 20 – 30 ปี () 31 – 40 ปี () 41 – 50 ปี () 51 ปีขึ้นไป				
3.	สถานภาพ () โสด () สมรส				
4.	ระดับการศึกษา () ไม่ได้รับการศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. () อนุปริญญา หรือ ปวส. () ปริญญาตรีขึ้นไป				
5.	รายได้ () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 15,000 บาท () 15,001 – 20,000 บาท () 20,001 – 25,000 บาท () 25,001 – 30,000 บาท () 30,000 บาทขึ้นไป				

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

โปรดอ่านและพิจารณาตอบคำถาม โดยทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องระดับความความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
6.	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง () พักผ่อน () การท่องเที่ยว () ประชุม สัมมนา () ติดต่อธุรกิจ ทำงาน				
7.	จำนวนวันที่เข้าพัก () 1-5 วัน () 6-10 วัน () 11-15 วัน () มากกว่า 10 วัน				
8.	รูปแบบห้องพักที่เลือก () โรงแรม () รีสอร์ท () เกสต์เฮาส์ () โฮสเทล				
9.	ราคาห้องพักที่เลือก () 300-500 บาท () 500-1,000 บาท () 1,000-2,000 บาท () 2,000 บาทขึ้นไป				
10.	โอกาสในการกลับมาพักซ้ำ () โอกาส 1-2 ครั้ง () โอกาส 1-2 ครั้ง () โอกาส 6-10 ครั้ง () โอกาสมากกว่า 10 ครั้ง				
11.	ช่องทางการจองที่พัก () จองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม () จองผ่านแอปพลิเคชัน () โทรศัพท์ () เข้าไปจองที่โรงแรม				

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

โปรดอ่านและพิจารณาตอบคำถาม โดยทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องระดับความความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

ข้อ	รายการข้อคำถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	2	3	
	ด้านระบบรักษาความปลอดภัย หมายถึง การเตรียมความพร้อม ดูแล ช่วยเหลือ และป้องกันเหตุที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้า ด้วยความปลอดภัยขั้นสูงสุด				
12.	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในโรงแรม 24 ชั่วโมง				
13.	แสงสว่างภายในห้องพัก และห้องน้ำเพียงพอ				
14.	มีระบบสัญญาณเตือนภัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน				
15.	มีแผนผังแสดงเส้นทางหนีไฟ				
16.	มีกล้องโทรทัศน์วงจรปิด				
	ด้านอัตราค่าที่พัก หมายถึง ความชัดเจนของรายละเอียดของห้องพักและราคาความคุ้มค่าที่ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้โดยทันที				
17.	มีการติดป้ายแสดงราคาห้องพักชัดเจน				
18.	มีราคาห้องพักในแต่ละขนาดที่มี เช่น เล็ก และใหญ่				
19.	มีราคาเสริมเตียง, ราคาเสริมหมอน มีความเหมาะสม				
20.	มีราคาห้องพักที่รวมค่าอาหารเช้าไว้บริการ				
21.	ราคาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความคุ้มค่า				
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับบริการ หลังจากตัดสินใจที่จะเข้าพัก และเป็นจุดขายสำคัญในการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า				
22.	โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก				
23.	โรงแรมมีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต				
24.	ขนาดห้องพักเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก				
25.	มีที่ว่างสำหรับจอดรถต่อการใช้งาน				
	ด้านทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ตั้งของโรงแรมที่สะดวกในการเข้าพักรวมถึงใกล้กับสถานที่สำคัญที่ลูกค้าสามารถเดินทาง หรือสรรหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้สะดวก				
26.	ความสะดวกในการเข้ามาพักที่โรงแรม				
27.	สถานที่ตั้งและทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ไม่ห่างจากเขตเมือง				
28.	สถานที่จอดรถมีเพียงพอ				
29.	ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เช่น ตลาด ร้านอาหาร โรงพยาบาล สถานีขนส่ง เป็นต้น				
30.	การเดินทางไปที่พักรับความสะดวกสบาย มีรถขนส่งสาธารณะบริการ				

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมขนาดเล็กเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
(ต่อ)

ข้อ		คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	2	3	
	ด้านการบริการของพนักงาน หมายถึง สิ่งสำคัญที่สุดของโรงแรม เป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดี และกลับมาใช้บริการโรงแรมอีก รวมถึงการบอกต่อถึงบริการที่ดีของโรงแรม				
31.	พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้าและสามารถตอบสนองการบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า				
32.	มีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชม.				
33.	ผู้ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยน				
34.	พนักงานโรงแรมมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้าได้เป็นอย่างดี				
35.	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน				
	ด้านบรรยากาศภายในและนอกห้องพัก หมายถึง ภาพลักษณ์ของกิจการโรงแรม การออกแบบและการสร้างบรรยากาศที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สะดุดตาลูกค้า รวมถึงการตกแต่งที่สร้างความประทับใจในทันทีที่เห็น				
36.	โรงแรมมีห้องพักที่มีการออกแบบตกแต่งที่หรูหราและสวยงาม				
37.	วัสดุและการตกแต่งห้องพักสวยงามดึงดูดใจ				
38.	ภายนอกห้องพักมีจุดนั่งพัก และมีไฟส่องสว่าง และมีพื้นที่ให้บริการนักท่องเที่ยว				
39.	มีการตกแต่งภูมิทัศน์ มีมุมถ่ายรูปที่สวยงาม				
40.	ภายในห้องมีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่แข็งแรงทนทาน				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....
.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตาราง ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

ข้อ	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ค่า IOC	แปล ผล	ข้อ	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ค่า IOC	แปล ผล
1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	21	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	22	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	23	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	24	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	25	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	26	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	27	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	28	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
9	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	29	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
10	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	30	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
11	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	31	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
12	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	32	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
13	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	33	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
14	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	34	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
15	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	35	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
16	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	36	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
17	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	37	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
18	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	38	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
19	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	39	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
20	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	40	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ

1. ชื่อ-นามสกุล
ตำแหน่ง
วุฒิการศึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์
รองอธิการบดีสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
บริหารธุรกิจดุซงกีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
2. ชื่อ-นามสกุล
ตำแหน่ง
วุฒิการศึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผกาภรณ์ บุสบง
รองอธิการบดีสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
บริหารธุรกิจดุซงกีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
3. ชื่อ-นามสกุล
ตำแหน่ง
วุฒิการศึกษา
ดร. ชลลดา เจียมจิตวานิชย์
อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก
บริหารธุรกิจดุซงกีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นายภาณุมาศ ทองประเทือง
วัน เดือน ปีเกิด	2 มีนาคม 2515
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บจก.กลางพานิช
ที่อยู่ทำงาน	19/8 ซอย 6 ถนน ราชมรรคา ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมืองจังหวัด จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ 082-6245995 , 053-280198 อีเมล bird.panumas@gmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน	65/4 ถนนสันติรักษ์ ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
วุฒิการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก