



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้ที่พักแรมราคาประหยัด ในจังหวัดอุดรธานีกรณีศึกษา : โรงแรมราคาประหยัดบนถนนประจักษ์ศิลปาคาร

กรวรรณ นวลศรี¹, กันต์กนิษฐ์ กุลชาติธีรธรรม²

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

¹ e-mail : Korawan.nual@gmail.com, ²e-mail : Kankanith.ku@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้ที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2554) ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเรื่องสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัด ในพื้นที่บนถนนประจักษ์ศิลปาคม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมในระดับความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.18$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{x} = 4.17$) รองลงมาคือ ด้านที่พักและบริการ ($\bar{x} = 4.12$) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.02$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.25$)

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ที่พักแรมราคาประหยัด, นักท่องเที่ยวชาวไทย



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

THE SATISFACTION OF THAI TOURISTS TOWARDS ECONOMY HOTELS IN UDON THANI

Korawan Nualsri¹, Kankanith Kullachatteeratham²

Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences

Suan Sunandha Rajabhat University

¹ e-mail : Korawan.nual@gmail.com, ²e-mail : Kankanith.ku@ssru.ac.th

Abstract

In this research, with the objective satisfaction of Thai tourists towards economy hotel in Udon Thani. Defined the sample size using a formula to calculate the sample working age group. 95% confidence level inaccurate size samples in research sample of 400. Using the method of Convenient Sampling by using a quantitative research tool (questionnaire) to collect data. Tourists chose to stay in the budget hotels in the area on Prachaksinlapakhom road in Muang, Udon Thani. Data analysis, descriptive statistics include average frequency values and percentage values used in this research.

The study found that the prices of accommodation and services, the distribution channels, and the promotion are in the high level of satisfaction. Price ($\bar{x} = 3.18$), distribution channels satisfied with most aspects of distribution channels ($\bar{x} = 4.17$), followed by accommodation and services ($\bar{x} = 4.12$), price ($\bar{x} = 4.02$), and the lowest was the promotion ($\bar{x} = 3.25$).

Keywords: The Satisfaction, Economy Hotel, Thai Tourists



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังก้าวขึ้นมาเป็นเสาหลักของเศรษฐกิจไทย จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเรามีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 มากกว่า 2.51 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยธุรกิจสถานพักผ่อนได้รับประโยชน์โดยตรงจากรายได้ส่วนนี้สูงสุดถึง 580,000 ล้านบาท และมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2560 ภาคการท่องเที่ยวจะขยายตัวอีกร้อยละ 10 (อภิสม อินทรลาวัณย์, พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, ญัฐกร วิทิตานนท์, ปนต มโนมัย วิบูลย์ และ พรธรรณิภา ดอกไม้งาม, (2560)

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจของประเทศในไตรมาส 1 ปี 2556 และรายงานแนวโน้มธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าภาคธุรกิจท่องเที่ยวไตรมาสที่ 1 เดือนมกราคม 2556 – เดือนเมษายน 2556 มีการขยายตัวดีจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น แต่ผลประกอบการธุรกิจลดลงจากต้นทุนสูงในไตรมาสที่ 1 ปี 2556 ธุรกิจท่องเที่ยวขยายตัวดีต่อเนื่อง สะท้อนจากอัตราการเข้าพักและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน ผู้ประกอบการเห็นว่าการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งในประเทศ และปัจจัยด้านการเมืองที่มีความสงบเรียบร้อยมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา สำหรับการจัดประชุมปรับลดลงบ้าง เนื่องจากบริษัทและองค์กรต่าง ๆ ยังอยู่ในช่วงวางแผนงานสัมมนาเพราะเป็นไตรมาสแรกของปีบัญชีอย่างไรก็ตามกำไรของธุรกิจโรงแรมปรับลดลงเนื่องจากต้นทุนประกอบการเพิ่มขึ้น (จิตตรัตน์ ยังอยู่, 2557) ทั้งจากค่าแรงตามนโยบายปรับเพิ่มค่าจ้างขั้นต่ำต้นทุนวัตถุดิบและราคาพลังงาน ขณะที่ผู้ประกอบการเพิ่มราคาห้องพักได้จำกัดเนื่องจากภาวะแข่งขันสูง แต่คาดว่าจะทยอยปรับเพิ่มราคาห้องพักและอาหารในช่วงที่เหลือของปีเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556)

ปัจจุบันพบว่านอกเหนือจากธุรกิจโรงแรมแล้วยังมีธุรกิจที่พักที่มีรูปแบบต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่พักทุกประเภท คือต้องการรองรับการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว และคนเดินทาง จึงมีผลให้การจัดแบ่งประเภทหรือการจัดกลุ่มของธุรกิจที่พักในแต่ละประเทศมีลักษณะการจัดที่มีความแตกต่างกันไป แต่ในที่นี้จะจัดแบ่งธุรกิจที่พักเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ คือ 1) กลุ่มโรงแรม โมเต็ล และรีสอร์ต คือเป็นที่พัก ซึ่งในกลุ่มประเทศทางตะวันตกแถบยุโรป เช่น ประเทศ สหราชอาณาจักร จะพิจารณาว่าทั้งโมเต็ล และรีสอร์ต เป็นกลุ่มเดียวกันกับโรงแรม ซึ่งลักษณะของห้องพักมีความหลากหลายน้อยกว่าโรงแรมสำหรับที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยครั้งที่พบว่าโรงแรมที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงามแบบธรรมชาติ เรียกว่า โรงแรมรีสอร์ต 2) กลุ่มที่พักเหมือนบ้านหลังที่สอง คือ ลักษณะของที่พักกลุ่มนี้ คือ แต่ละห้องจะมีห้องครัวและอุปกรณ์ให้ประกอบอาหารเองได้ เป็นที่พักรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางมาเป็นครอบครัว และผู้ที่ต้องการพักเป็นระยะเวลานาน ที่พักกลุ่มนี้ยังแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่พักระยะยาวประเภทโรงแรม (Extended Stay Hotels) หรือโรงแรมห้องชุด และกลุ่มที่พักระยะยาวที่เกิดจากแนวคิดของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ 3) กลุ่มที่พักขนาดย่อมหรือที่พักบูติก คือ ที่พักกลุ่มนี้ประกอบด้วย Inns, Bed and Breakfast, Guesthouses, Pensions and Homestays จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อมทั้งหมด แต่ลักษณะการจัดการบริการในแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกัน (สุรีย์ เข็มทอง, 2558)

การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เน้นเชิงประวัติศาสตร์ เชิงศิลปวัฒนธรรม และเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวอารยธรรมโบราณ เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานีเป็นแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์อายุราว 4,000 - 8,500 ปีองค์การยูเนสโก ได้จดทะเบียน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมลำดับที่ 357 เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2535 ณ เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ได้รับรางวัลดีเด่นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปี 2551 และ 2553 มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพของพื้นที่และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ภูผอยลม ทะเลบัวแดง ถ้ำสิงห์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีพระอริยสงฆ์ที่พุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเลื่อมใสศรัทธาเป็นจำนวนมาก อาทิ เช่น หลวงตามหาบัว วัดป่าบ้านตาด หลวงปู่ลีวัดเกษรศีลคุณธรรมเจดีย์ (วัดภูผาแดง) หลวงปู่ทูลวัดป่าบ้านค้อ เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีมีจำนวนมากและเพิ่มขึ้นทุกปีแสดงให้เห็นแนวโน้มของความต้องการที่พักที่มีการเพิ่มขึ้นตามการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งพิจารณาได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา และส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจที่พักแรม ผู้ทำวิจัยจึงได้เลือกศึกษาความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี เพื่อนำผลการศึกษารั้งนี้ไปเป็นข้อเสนอแนะหรือให้เป็นแนวทางในการให้บริการของที่พักผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่พัก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่พักแรม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจที่พักประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการคำนวณ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่างรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะแบ่งตามอัตราส่วนของนักท่องเที่ยว ที่เลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานีที่พักบน ถนน ประจักษ์ศิลปาคม ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ โรงแรมเดอะวัน เรสซิเดนซ์ ที่เต็มใจและยินดีให้ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลบริเวณ แผนกส่วนหน้า เช็คอิน / เช็คเอาท์ บริเวณล็อบบี้ ในช่วงระยะเวลา 09.00 - 16.00 น.ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ จะแบ่งเก็บโรงแรมละ 200 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 400 ชุด ระหว่างเดือนมีนาคม 2561 ถึงเดือนเมษายน 2561

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละความถี่ เพื่อแปลความหมายของข้อมูลระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บริการที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านที่พัก/บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีลักษณะเป็น มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งความเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด การนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักผ่อนราคาประหยัด คำนวณหาค่าเฉลี่ยเมื่อนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยแล้วนำมาตีความหมายได้ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

โดยได้ทำการคำนวณหาความกว้างของอัตราภาคชั้น (Class interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ช่วงความกว้างของแต่ละระดับคะแนน จะมีค่าเท่ากับ 0.8 โดยสามารถแปรค่าเฉลี่ยเป็นความหมายได้ ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป คำนวณสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

พบว่าการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้ที่พักผ่อนราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี ตามส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นคำถามแบบประเมินค่า Rating Scale 5 ระดับ ได้แก่ระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักผ่อนราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักผ่อนราคา ประหยัดในจังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17	83.44	มากที่สุด
2. ด้านที่พักและบริการ	4.12	92.36	มากที่สุด
3. ด้านราคา	4.02	80.84	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.25	65.12	มาก
รวม	3.18	63.82	มากที่สุด



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จากตารางที่ 1 จะพบได้ว่าด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=3.18$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาคือด้านที่พักและบริการ ($\bar{x}=4.12$) ด้านราคา ($\bar{x}=4.02$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x}=3.25$) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจแต่ละด้าน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1.1 มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวค้นหาหลายช่องทางเช่น อินเทอร์เน็ต นิติสาร วารสาร เป็นต้น	4.22	84.45	มากที่สุด
1.2 มีบริการยืนยันการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	3.98	49.70	มาก
1.3 มีการบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (บริษัททัวร์)	4.24	84.85	มากที่สุด
1.4 มีการลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	4.29	85.95	มากที่สุด
1.5 มีบริการ service room ตลอด 24 ชั่วโมง	4.13	82.65	มาก
รวม	4.17	83.44	มากที่สุด
2. ด้านที่พักและบริการ			
2.1 การมีห้องพักให้เลือกหลายประเภท เช่น ห้องพักเดี่ยว ห้องพักคู่ เป็นต้น	4.07	81.50	มาก
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พัก เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ทีวี Wifi เป็นต้น	4.04	80.85	มาก
2.3 ความสะอาดของห้องพัก	4.27	85.50	มากที่สุด
2.4 ราคาเหมาะสมกับขนาดของห้องพัก หรือ ที่พัก	4.21	84.20	มากที่สุด
2.5 สถานที่ตั้งที่ของที่พักเหมาะสมใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	4.01	80.25	มาก
รวม	4.12	92.36	มาก
3. ด้านราคา			
3.1 ราคารวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง)	3.49	69.90	มาก
3.2 ช่องทางในการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต พร้อมเพย์ เป็นต้น	4.07	81.45	มาก
3.3 มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน	4.53	90.70	มากที่สุด
3.4 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและการบริการที่ได้รับ	4.17	83.45	มาก
3.5 ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก	3.86	77.25	มาก
รวม	4.02	80.84	มาก



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัด ในจังหวัดอุดรธานี	\bar{X}	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านการส่งเสริมการขาย			
4.1 การบริการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Twitter เป็นต้น	4.05	21.00	มาก
4.2 การบริการมีคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้า เช่น เข้าพักเป็นกลุ่ม ได้รับส่วนลดค่าอาหารเช้า 5% เป็นต้น	3.68	73.75	มาก
4.3 การบริการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อสำหรับลูกค้า	3.15	63.10	ปานกลาง
4.4 การบริการมีคะแนนสะสมแต้มสำหรับลูกค้า	2.56	51.35	น้อย
4.5 มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์	2.84	56.90	ปานกลาง
รวม	3.25	65.12	มาก

จากตารางที่ 2 จะพบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{X}=4.17$) รองลงมาคือ ด้านที่พักและบริการ ($\bar{X}=4.12$) ด้านราคา ($\bar{X}=4.02$) และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}=3.25$) เมื่อแจกแจงความพึงพอใจแต่ละด้านพบว่า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$) รองลงมาคือ มีการบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) ($\bar{X}=4.24$) มีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวค้นหาหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วารสาร ($\bar{X}=4.22$) มีบริการ Service room ตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X}=4.13$) และน้อยที่สุด คือ มีบริการยืนยันการสำรองห้องพักหรือที่พักรับผ่านอินเทอร์เน็ต ($\bar{X}=3.89$)

ด้านที่พักและบริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมีห้องพักให้เลือกหลายประเภท เช่น ห้องพักเดี่ยว ห้องพักรู้นักท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก ($\bar{X}=4.27$) ราคาเหมาะสมกับขนาดของห้องพักหรือที่พักรู้นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.21$) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักหรือที่พักรู้นักท่องเที่ยว เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ทีวี Wifi ($\bar{X}=4.04$) และน้อยที่สุดคือ สถานที่ตั้งที่ห้องพักเหมาะสมใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.01$)

ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีการกำหนดราคาห้องพัก หรือที่พักรู้นักท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และการบริการที่ได้รับ ($\bar{X}=4.17$) ช่องทางในการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต พร้อมเพย์ ($\bar{X}=4.07$) ราคาห้องพักหรือที่พักรู้นักท่องเที่ยวเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก ($\bar{X}=3.86$) และน้อยที่สุดคือ ราคารวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง) ($\bar{X}=3.49$)

ด้านการส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ในการบริการมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter มาก ($\bar{X}=4.05$) รองลงมาคือ การบริการมีคูปองส่วนลดสำหรับลูกค้า เช่น เข้าพักเป็นกลุ่มได้รับส่วนลดค่าอาหารเช้า 5% ($\bar{X}=3.68$) การบริการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อสำหรับลูกค้า ($\bar{X}=3.15$) มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ ($\bar{X}=2.84$) และน้อยที่สุดคือ การบริการมีคะแนนสะสมแต้มสำหรับลูกค้า ($\bar{X}=2.56$)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้ที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมในระดับความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.18$) เมื่อศึกษาแต่ละด้านแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{x} = 4.17$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ การลงทะเบียนการเข้าพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) รองลงมาคือ มีการบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.24$) และมีข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวค้นหาหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วารสาร เป็นต้น ($\bar{x} = 3.25$)

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี โดยเลือกศึกษาความพึงพอใจ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้อง งานวิจัยของ ชัยณรงค์ พิพิธวิรัตน์ และ ปริญญา บรรจงมณี (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี มีระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา รักมั่นเจริญ (2558) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านกระบวนการและสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ และทัศนียภาพ ด้านบุคลากรและการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และความสะอาดเรียบร้อยของห้องพัก และด้านสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิยม เจริญศิริ (2558) ได้ศึกษาปัจจัย และกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดนครราชสีมา และนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีมีระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านที่สอดคล้องกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี พบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นสถานประกอบการควรมีบริการยืนยันการจองห้องพัก/ที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีการแสดงราคาไว้อย่างชัดเจนในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย และเน้นในเรื่องความสะอาดของที่พักแรมเป็นอันดับแรก และควรมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวที่มาพัก ผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้เพื่อปรับใช้หรือพัฒนาแนวคิดในการทำวิจัยในอนาคตได้



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส ของที่พักราคาประหยัดในจังหวัดอุดรธานี พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของที่พักราคาประหยัด เนื่องด้วยจังหวัดอุดรธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี และที่พักแรมก็เป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวด้วย

2. การศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่ามีความพึงพอใจที่ใช้บริการที่พักแรมราคาประหยัด เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุดรธานี

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). **แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี 4 ปี**. สืบค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2561 จาก <https://goo.gl/ZAMrFd>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตรัตน์ ยงอยู่. (2557). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบ้านสวนฟ้าใส จังหวัดจันทบุรี**. งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย**. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2561 จาก <https://goo.gl/gWRXuX>
- ชัยณรงค์ พิพิธวีรพันธ์ และ ปริญญา บรรจงมณี(2560). **ปัจจัยส่วนสมทางการตลาดและ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/FHGpxt>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556). **รายงานแนวโน้มธุรกิจ ภาวะธุรกิจในไตรมาส 1 ปี 2556 และ แนวโน้ม**. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- นิยม เจริญศิริ. (2558). **ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/w5k71u>
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). **ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย**. ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา, 18 (3), หน้า 8 -11.
- สุรีย์ เข้มทอง. (2558). **แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม**. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2561 จาก <https://goo.gl/okDGD4>
- อภิสม อินทรลาวัณย์, พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, ญัฐกร วิทิตานนท์, ปเนต มโนมัยวิบูลย์ และพรรณนิภา ดอกไม้งาม. (2560). **ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง**. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2561 จาก <https://goo.gl/JPSLpV>.