

รายงานวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย
กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี

อาจารย์ประหัสชัย ระมาศ

อาจารย์สุทธิชัย พิสุทธิเสวีวงศ์

แหล่งทุนคณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม

ปีงบประมาณ 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ชื่อ : นายประหัสชัย ระมาศ
นายสุทธิชัย พิสุทธิเสวีวงศ์
ชื่อรายงานวิจัย : การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบ
ประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด
จังหวัดปราจีนบุรี
แหล่งทุน : คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปีงบประมาณ : 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบ
ประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด
ปราจีนบุรี ในช่วงเดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2553 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
ครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน t-test, ANOVA และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้การวิเคราะห์โดยเครื่องคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี ประกอบอาชีพ
พนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และมีระดับการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน
ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการ
บริการ อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก ผลการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นรายชื่อ 5 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความ
ปลอดภัย ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท/บุคลิกภาพในการให้บริการ มาตรฐานโดยรวมของการ
บริการ ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ และความสะดวกในเรื่องการเดินทาง
มายังโรงแรมที่พัก

การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบ
ประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านเพศ มีความแตกต่างกันจำนวน 10 รายการ ด้านอายุ มีความแตกต่างกันจำนวน 13 รายการ
ด้านอาชีพ มีความแตกต่างกันจำนวน 10 รายการ ด้านรายได้ มีความแตกต่างกันจำนวน 10 รายการ
และด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันจำนวน 18 รายการ

(รายงานวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 123 หน้า)

Name : Mr.Prahuschai Ramast
Mr.Suttichai Pisutseriwong

Research Title : A Study the factors for choosing Economy Hotel of Thai Tourists
(Case Study: Economy Hotel in Prachin Buri Province)

Source Capital : Faculty of Industrial and Technology Management
King Mongkut's University Technology North Bangkok

Academic Year : 2010

Abstract

The purpose of this research was to study the factors for choosing economy hotel of Thai tourists Case Study: Economy hotel in Prachin Buri Province. The sample groups consisted of 400 Thai tourists, Prachin Buri during June to August 2010. Questionnaires were used to collect the data by percentages, arithmetic mean, standard deviation, t-test, ANOVA and Scheffe analysis were employed to analysis the data by using the statistic program.

The research result meets that, the majority of Thai tourist were females , age between 25-35 years old, most of an occupation were company private officer , income revenue were not more than 10,000 baht per month, education level were at bachelor's degree.

The factors for choosing economy hotel of Thai tourists, the result of questionnaires were high level. The consideration sides were products, price, place of channel, promotion and service at high level. Moreover, the top 5 factors that had an effect for choosing economy hotel of Thai tourists were safety, suitability in manner and courtesy, total service standard, clean hotel and room and convenience in the travel.

The comparison of factors that an affect to choosing economy hotel of Thai tourists, the general aspect shows that the differences of genders were 10 items, the differences of ages were 13 items, the differences of occupation were 10 items, the differences of income were 10 items and the differences of education were 18 items.

(This research is 123 pages)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ ด้วยความกรุณาจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดปราจีนบุรี ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการศึกษาค้นคว้าและวิจัย จนทำให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจสำคัญให้ผู้วิจัยมาตลอด ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณทีมงานภาคสนามทุกคน ที่คอยให้ความสนับสนุนในเก็บข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อไป

ประหัสชัย ระมาศ

สุทธิชัย พิสุทธิเสรีวงศ์

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| กิตติกรรมประกาศ | ง |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ค |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 2 |
| 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย | 3 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย | 4 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 5 |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง | 5 |
| 2.1.1 ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว | 5 |
| 2.1.2 อุตสาหกรรมโรงแรมและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม | 12 |
| 2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด | 18 |
| 2.1.4 คุณภาพการบริการ (Service Quality) | 21 |
| 2.1.5 ประวัติจังหวัดปราจีนบุรี | 23 |
| 2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 24 |
| 2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาของงานวิจัย | 26 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย | 27 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 27 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 28 |
| 3.3 การรวบรวมข้อมูล | 29 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 29 |
| บทที่ 4 ผลของการวิจัย | 31 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 32 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| 4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม แบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรีจำแนกตาม สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 37 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 41 |
| 4.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อความที่เป็น ปลายเปิดข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ โรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี | 106 |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ | 107 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 109 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย | 113 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 113 |
| บรรณานุกรม | 119 |
| ภาคผนวก ก | 120 |
| แบบสอบถาม | 121 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 1-1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดปราจีนบุรีและพักค้าง แรมในปี 2548-2550 | 2 |
| 4-1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านเพศ | 32 |
| 4-2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอายุ | 33 |
| 4-3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอาชีพ | 34 |
| 4-4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านรายได้ | 35 |
| 4-5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพระดับการศึกษา | 36 |
| 4-6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี โดย ภาพรวม | 38 |
| 4-7 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 42 |
| 4-8 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด | 44 |
| 4-9 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 44 |
| 4-10 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 45 |
| 4-11 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้าน เพศ | 45 |
| 4-12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 46 |
| 4-13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 46 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4-14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 47 |
| 4-15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 47 |
| 4-16 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 48 |
| 4-17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลายจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ | 48 |
| 4-18 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 49 |
| 4-19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 51 |
| 4-20 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 52 |
| 4-21 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 52 |
| 4-22 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 53 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-23 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัคของ นักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 54 |
| 4-24 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัคของ นักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 54 |
| 4-25 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัคของ นักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 55 |
| 4-26 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัคของ นักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 55 |
| 4-27 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 56 |
| 4-28 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการจำแนกตามสถานภาพ ด้านอายุ | 57 |
| 4-29 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการจำแนกตามสถานภาพ ด้านอายุ เป็นรายคู่ | 57 |
| 4-30 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 58 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-31 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 58 |
| 4-32 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 59 |
| 4-33 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 59 |
| 4-34 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐานจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 60 |
| 4-35 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 60 |
| 4-36 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 61 |
| 4-37 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 61 |
| 4-38 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการชำระค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 62 |
| 4-39 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายัง โรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 62 |
| 4-40 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายัง โรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 63 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-41 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ | 63 |
| 4-42 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ | 64 |
| 4-43 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรีจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 65 |
| 4-44 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคาจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 67 |
| 4-45 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 68 |
| 4-46 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 68 |
| 4-47 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 69 |
| 4-48 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ | 69 |
| 4-49 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 70 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-50 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ | 70 |
| 4-51 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 71 |
| 4-52 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ | 71 |
| 4-53 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 72 |
| 4-54 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 72 |
| 4-55 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 73 |
| 4-56 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ | 74 |
| 4-57 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ | 74 |
| 4-58 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ | 75 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4-59 | 76 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรีจำแนกตามสถาน ภาพด้าน รายได้ | |
| 4-60 | 78 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ | |
| 4-61 | 78 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ | |
| 4-62 | 79 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคาจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ | |
| 4-63 | 79 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้าน รายได้ | |
| 4-64 | 80 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้าน รายได้ เป็นรายคู่ | |
| 4-65 | 80 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้ | |
| 4-66 | 81 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้ | |
| 4-67 | 81 |
| แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้ เป็นรายคู่ | |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-68 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ | 82 |
| 4-69 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ | 82 |
| 4-70 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้าน รายได้ | 83 |
| 4-71 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้ | 83 |
| 4-72 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งจำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ | 84 |
| 4-73 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลายจำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้ | 84 |
| 4-74 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้ | 85 |
| 4-75 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการจำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้ เป็นรายคู่ | 85 |
| 4-76 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรีจำแนกตามสถานภาพด้าน ระดับการศึกษา | 86 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4-77 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา | 88 |
| 4-78 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวมจำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ | 89 |
| 4-79 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 89 |
| 4-80 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 90 |
| 4-81 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญของด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 90 |
| 4-82 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านสถานที่การจัดจำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา | 91 |
| 4-83 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ | 91 |
| 4-84 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา | 92 |
| 4-85 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับ การศึกษา เป็นรายคู่ | 92 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4-86 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 93 |
| 4-87 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 93 |
| 4-88 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 94 |
| 4-89 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 95 |
| 4-90 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ | 95 |
| 4-91 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 96 |
| 4-92 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 96 |
| 4-93 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 97 |
| 4-94 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 97 |
| 4-95 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 98 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4-96 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้าน ระดับการศึกษา | 98 |
| 4-97 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้าน ระดับการศึกษาเป็นรายคู่ | 99 |
| 4-98 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของการจัดโปรแกรมชั้นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 99 |
| 4-99 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของการจัดโปรแกรมชั้นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 100 |
| 4-100 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการจำแนก ตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 100 |
| 4-101 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนก ตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 101 |
| 4-102 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 101 |
| 4-103 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก- ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 102 |
| 4-104 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา | 103 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 4-105 | แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญความสามารถในเรื่องทักษะการบริการจำแนกตามสถานภาพด้าน ระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 103 |
| 4-106 | แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตาม สถานภาพด้านระดับการศึกษา | 104 |
| 4-107 | แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้องจำแนกตาม สถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 104 |
| 4-108 | แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการ ให้บริการจำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 105 |
| 4-109 | แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการ ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ | 105 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 2-1 แนวคิดส่วนประสมการตลาด | 19 |
| 4-1 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านเพศ | 32 |
| 4-2 แสดงร้อยละของสถานภาพด้านอายุ | 33 |
| 4-3 แสดงร้อยละของสถานภาพด้านอาชีพ | 34 |
| 4-4 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านรายได้ | 35 |
| 4-5 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านระดับการศึกษา | 36 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ ต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยมีการนำเงินตราจากต่างประเทศ การจ้างงาน ธุรกิจโรงแรมเกิดจากความต้องการท่องเที่ยวของมนุษย์ และมีการเอื้อเฟื้อที่พักให้ เริ่มต้นที่ประเทศยุโรป ต่อมามีการทำเป็นการค้า มีการบริการที่พักและบริการอื่นๆ มีการพัฒนาด้านออกแบบอาคาร แยกส่วนที่พักจากการขายอาหาร เครื่องดื่ม จึงเรียกว่า “Hotel” ธุรกิจโรงแรม หมายถึง สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหารายได้จากผู้เข้าพัก โดยมีการขายอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจผลิตบริการ อาจเรียกว่าอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมแห่งไม่ตรีจิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรม ที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการด้านที่พักกับนักท่องเที่ยวมากมาย หลากหลายรูปแบบและมีลักษณะการบริการที่แตกต่างกัน ธุรกิจสถานที่พักแรมที่สำคัญนั้น ได้แก่ โรงแรมระดับ 5 ดาว ระดับ 4 ดาว ระดับ 3 ดาว ไปจนถึงที่พักประเภทราคาประหยัด ในภาพรวมแล้วธุรกิจโรงแรมจัดเป็นรูปแบบสถานที่พักแรมที่มีลักษณะเฉพาะและมีบทบาทสำคัญ ทั้งในเชิงการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม

โรงแรมแบบประหยัด คือ โรงแรมที่ประหยัดต้นทุนผู้ประกอบการและค่าพักของลูกค้า ซึ่งมีความแตกต่างจากโรงแรมระดับดาว และโรงแรมราคาถูกแบบเก่า โรงแรมระดับดาวเน้นการตกแต่งให้มีความหรูหราและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ครบถ้วน จึงต้องตั้งค่าโรงแรมสูง โรงแรมราคาถูกแบบเก่ามีสภาพเงื่อนไขค่อนข้างต่ำ แม้ว่าจะมีค่าพักถูก แต่สภาพอนามัยและความสะอาดสบายไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนโรงแรมแบบประหยัดมีลักษณะที่สะอาดและสะอาดสบายซึ่งเป็นความต้องการสำคัญที่สุดของลูกค้า (เมธี แสงธรรม, 2547)

จังหวัดปราจีนบุรีมีสถานที่เที่ยวหลากหลาย เหมาะแก่การท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ เป็นแหล่งโบราณคดี พืชพรรณ และวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดศรีมหาโพธิ์ ซึ่งมีต้นโพธิ์ขนาดใหญ่ เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น แก่งหินเพลิง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น พืชพรรณเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์ เป็นศูนย์การรวบรวมอนุรักษ์ ตำราไทย สมุนไพรไทย การแพทย์แผนไทย นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งการศึกษา

ค้นคว้า วิจัย และเผยแพร่ วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น จากข้อมูลที่ได้กล่าวมา ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดปราจีนบุรี และพักค้างแรม เป็นจำนวนมาก ดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดปราจีนบุรีและพักค้างแรมในปี 2548-2550

| ปี | จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด | จำนวนนักท่องเที่ยวพักค้างแรม | คิดเป็นร้อยละ |
|------|---------------------------|------------------------------|---------------|
| 2548 | 750,754 | 419,339 | 55.85 |
| 2549 | 827,057 | 463,902 | 56.09 |
| 2550 | 892,174 | 496,538 | 55.65 |

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขต 8, 2551

จากตารางที่ 1-1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดปราจีนบุรี และพักค้างแรม ในปี 2548-2550 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมในปี 2548-2550 มีอัตราส่วนเกิน 50% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด จึงทำให้เกิดรายได้จากธุรกิจประเภทพักแรม หรือโรงแรมเพิ่มขึ้นในจังหวัดปราจีนบุรีด้วย

ดังนั้น คณะผู้ทำวิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงแรมแบบประหยัด และรูปแบบการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และพักค้างแรมในจังหวัดปราจีนบุรี

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไป

1.2.3 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของโรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี ในช่วงเดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2553

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ สถานภาพทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) อาชีพ
- 4) รายได้
- 5) ระดับการศึกษา

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี

1.3.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2553

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

1.4.1 เพื่อทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี

1.4.2 เพื่อทราบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี

1.4.3 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี ได้นำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงด้านการบริการเพื่อที่จะให้บริการได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4.4 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับโรงแรมวิลล่าวิชาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.4.5 เพื่อเป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มีการเรียนการสอนในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อเป็นแนวคิดในการให้แก่นักท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี คณะผู้ทำวิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยโดยนำเสนอเป็นลำดับดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว

2.1.2 อุตสาหกรรมโรงแรมและความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวกับโรงแรม

2.1.3 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด

2.1.4 คุณภาพการบริการ (Service Quality)

2.1.5 ประวัติจังหวัดปราจีนบุรี

2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาของงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้ทำวิจัยได้รวบรวมเนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับ แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี สรุปได้ ข้อ ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว

ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1.1.1 ปัจจัยส่วนตัว ได้แก่

1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Need, Wants and Motivation) ความจำเป็นของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาด ซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความจำเป็นเกิดจากสภาพร่างกายและจิตใจของลูกค้า แต่ละคนเกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วสิ่งที่ลูกค้าอยากจะมีและมักจะไม่รู้ตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้างหน้าที่สำคัญของงานตลาดคือทำให้รู้จักความจำเป็นอันนี้

ตัวอย่างเช่น การนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง การพักอยู่ในห้องชุด (Suite) ที่มีราคาแพงที่สุดของโรงแรมหรือการรับประทานอาหารจานที่แพงที่สุดของภัตตาคารจะเป็นความต้องการที่ได้รับการยกย่องและได้รับความสำคัญมากกว่าความจำเป็นทางร่างกายปกติ ถ้าตอบสนองความหิวอย่างเดียวก็สามารถไปรับประทานอาหารตามร้านอาหารธรรมดาได้

วิธีที่ทำให้ลูกค้าทราบถึงความจำเป็นของตนเอง คือ การให้การจูงใจ (Motivation) แรงจูงใจ (Motive) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตัวเอง (Motivation) การจูงใจ หมายถึงการกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับว่าเป็นปัจจัยตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ได้รับการกระตุ้น (สุรรัตน์, 2545)

(Motive) แรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมายและแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

ความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกันสำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierarchy of Need) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกมา

2) การรับรู้ (Perception) กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นกับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากกระทบประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ การโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม จึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพการโฆษณาความสะดวกสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง กระบวนการรับรู้ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

ก) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเองไม่ว่าจะเป็นโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร

ข) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

ค) ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของข้อมูลนั้น

ง) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรรจะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อในอนาคตต่อไป

3) การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response)

ตามทฤษฎีสั่งกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus-Response Theory) กลยุทธ์การ โฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้มาใช้ในการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

4) บุคลิกภาพ (Personality) ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็นทฤษฎีวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจ และสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล ลักษณะที่แตกต่างของบุคลิกภาพมีดังนี้

ก) Id เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ และความรู้สึกที่ถูกกระตุ้นทำให้บุคคลพยายามตอบสนองความพึงพอใจของเขา เช่น ความต้องการทางเพศ การโฆษณาต่างๆหยาบๆก็สามารถกระตุ้น Id ได้

ข) Ego เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตใต้สำนึกของบุคคลจะควบคุมความต้องการภายในที่เกิดจาก Id ได้ โดยบุคลิกภาพจะมีลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรม

ค) Super Ego เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและศีลธรรมของสังคมมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็นพลเมืองดี การโฆษณาและการส่งเสริมการขายจึงควรชี้ลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีของสังคม

นักทอ่งเที๋ยวมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและสังคม ดังนั้น การเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักทอ่งเที๋ยว หมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักทอ่งเที๋ยว ด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักทอ่งเที๋ยวชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบาย ทันสมัยและถูกต้องรอบคอบ นักทอ่งเที๋ยวชาวญี่ปุ่นรักความสะอาดและความเป็นระเบียบ มีวินัยในการทอ่งเที๋ยว

5) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคลซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถชี้ออกพฤติกรรมการซื้อได้โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยมของสังคม

6) แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล พร้อมๆกับการรับรู้ ประกอบด้วย

ก) แนวคิดของตนเองที่แท้จริง มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัยความชอบอย่างไร

ข) แนวคิดของตนเองในอุดมคติ เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็น เช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้นและแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวความคิดของตนเองในอุดมคติ

ค) แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองอย่างแท้จริงเป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นมองตนเองที่แท้จริงเป็นเช่นไร

ง) แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเองเป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง

7) ทักษะคติ (Attitudes) ทักษะคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทักษะคติเป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดี ไม่ขัดแย้งต่อทักษะคติที่มีอยู่ ทักษะคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะที่ได้แย้ง

8) ปัจจัยด้านความเคร่งเครียดจากการทำงาน (Serious of work Factor) งานประจำที่ทุกคนปฏิบัติกรอยู่จำเป็นต้องใช้ทั้งกำลังกายและกำลังสมอง เพื่อจะผลักดันให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จในระดับสูงหรือในระดับที่ผู้เข้าร่วมงานหรือเจ้าของกิจการพึงพอใจด้วยเหตุนี้เอง เพื่อให้งานที่ปฏิบัติอยู่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ร่างกายจึงต้องได้รับการพักผ่อนตามควรแก่ฐานะ กิจกรรมการพักผ่อนในช่วงระยะเวลาดังกล่าวจะพึงปฏิบัติแตกต่างกันออกไปแต่ที่สำคัญคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆทั้งต่างแดนและต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

9) ปัจจัยด้านรายได้ (Income Factor) จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดการคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกสบายต่อการประกอบอาชีพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้คนมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้มีเงินพอและเหลือพอที่จะนำไปใช้เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยเหตุนี้เอง ทำให้ประชากรมีความปรารถนาที่จะเดินทางไปต่างถิ่นหรือต่างแดนเพื่อการพักผ่อนหรือเพิ่มพูนความรู้ต่อไป

10) ปัจจัยทางเวลา สภาวะและสุขภาพ (Factor of Timing, Situation and Healthy) ปัจจัยด้านนี้มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากด้วยนักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางแต่ละครั้ง ปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อม หากมีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งไม่พร้อมก็อาจจะกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวทันที อาจก่อให้เกิดปัญหาต่อตัวแทนการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ได้

11) ปัจจัยทางครอบครัว (The Family) คือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกัน หรือโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัวมากที่สุดความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับขั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว

2.1.1.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่

1) วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subculture)

ก) วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัยของความคิดของคน และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบแผนใหม่อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมในการดำรงชีวิต ต้องการวันหยุดพักผ่อน เป็นต้น

ข) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือชนบทรวมนิยมประเพณี เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มและอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก เช่น วัฒนธรรมคนจีน วัฒนธรรมล้านนา

2) ชั้นของสังคม (Social classes) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่นำมาใช้ในการแบ่งชนชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะรายได้ ชาติกำเนิดสถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน และบุคลิกภาพของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่และ 6 กลุ่มย่อย คือ

ก) ระดับสูง แบ่งออกเป็น ระดับสูงอย่างสูง ได้แก่ ผู้ดีเก่า ชนชั้นสูง มีความมั่งคั่ง เนื่องจากได้รับมรดกจำนวนมาก สถานะมั่งคั่ง และระดับสูงอย่างต่ำ ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูง ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยความสามารถของตนเอง

ข) ระดับกลาง แบ่งออกเป็น ระดับกลางอย่างสูง ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา และระดับกลางอย่างต่ำ ได้แก่ พนักงาน ข้าราชการระดับปฏิบัติงาน ต้องการใช้น้ำเงินและบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน สมถะ

ค) ระดับต่ำ แบ่งออกเป็นระดับต่ำอย่างสูง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานและมีทักษะพอสมควร แสวงหาสิ่ง ที่มั่นคง ไม่เข้าสังคมมากนัก และระดับต่ำอย่างต่ำ ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี้ มีการศึกษาต่ำ อยู่สลัม ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานในการครองชีพและราคาประหยัด

ชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับ และแตกต่างกันในด้านอุปนิสัยและสื่อที่ใช้ในการติดต่อซึ่งกันและกัน

3) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นทัศนคติ ความชอบ ความไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

ก) กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว

ข) กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กรและบุคคลกลุ่มต่างๆในสังคม

4) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้มีอำนาจและความคิดเห็นของเขามักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ แหล่งข้อมูลของธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว มาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ

ก) ข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจ เป็นข้อมูลจากการโฆษณาและส่งเสริมการขายของโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ข้อมูลที่ให้อะมั่งตรงไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ

ข) ข้อมูลจากกลุ่มสังคม เป็นข้อมูลที่ได้รับระหว่างบุคคลจากกลุ่มอ้างอิง ผู้นำกลุ่มด้านความคิดและกลุ่มอื่นๆในสังคม

5) ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative prices) การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่ง หรือกับราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวก่อนหน้านี้แล้วทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกันมาก นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้ และถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะเริ่มแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีก

6) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายที่จะใช้ในทุ ก ๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึกจะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่

เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่ช่วยยอมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

7) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยว โดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ กว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณ 6 ล้านคน เป็นต้น

8) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย นั้น มักนิยมเดินทางท่องเที่ยวบริเวณชายหาด โดยรักที่จะนอนอาบแดดเป็นเวลานานๆ เพราะท้องถิ่นที่อยู่อาศัยนั้นเป็นเขตหนาว มีแสงแดดน้อยมากตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศแถบร้อน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในร่ม เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Centre) หรือแหล่งวัฒนธรรม

9) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดครุสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

10) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้ไม่เกิดความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า จะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

11) ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ด้วยวิทยาการอันกว้างไกลในยุคโลกาภิวัตน์ ปัจจัยทางสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต และสื่อดาวเทียม และอื่นๆ ปัจจัยด้านสื่อมวลชนสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและอ้อม

12) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจอง ตำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

13) ปัจจัยทางการคมนาคม (Communication Factor) การคมนาคมขนส่งนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวมาก ถ้าหากขาดการคมนาคมขนส่งแล้ว กิจการท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางในระยะไกลทั้งต่างถิ่นและต่างแดนจะกระทำได้ด้วยความยากลำบาก จากการพัฒนาทางการคมนาคมขนส่งของรัฐ จึงทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวก รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายถูกและปลอดภัย อันส่งผลทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีกระจุกกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกล มีประชากรเข้าไปเยือนเพิ่มมากขึ้น และคนส่วนมากมีโอกาสที่จะกระทำได้

2.1.2 อุตสาหกรรมโรงแรมและความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวกับโรงแรม

คำว่า “อุตสาหกรรม” ไม่ได้หมายถึง โรงงานเครื่องจักรกล มีผลผลิตเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคนานาชนิดแต่อย่างใด ที่จริงแล้ว คำว่า “อุตสาหกรรม” มีความหมายว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีแบบแผน การดำเนินงานที่ดีมีมาตรฐาน ควบคุมให้อยู่ในกรอบไม่ใช่ปล่อยให้ไปตามยถากรรม

ความหมายของคำว่า “โรงแรม” นั้น ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 กล่าวว่าโรงแรมหมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งเพื่อสินจ้าง สำหรับคนที่เดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว จะต้องประกอบด้วยบริการอาหารและเครื่องดื่ม ให้กับผู้ที่เข้าพักตามความต้องการ เป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะพักอาศัยอยู่ ระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน

ดังนั้น คำว่า “อุตสาหกรรมโรงแรม” อาจพอสรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจแบบที่มีสถานประกอบการจัดตั้งเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่หาที่อยู่หรือที่พักมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการคนเดินทางอย่างมีแบบแผน มีมาตรการควบคุมตามขอบข่ายของการบริการนั้นๆ ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมโรงแรม จึงแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีผลผลิตเป็นสินค้า

รูปวัตถุแต่โรงแรมเป็นเครื่องมือการผลิตที่มุ่งขายบริการให้ได้กำไรที่สูงสุดให้คุ้มกับการบริหารงาน และเงินทุนที่ลงไป ผลผลิตของอุตสาหกรรมโรงแรมในทางเศรษฐศาสตร์เป็นหน่วยผลิตเชิงซ้อน (Complex Productive Unit) ซึ่งต้องบริการงานต่าง ๆ มากมาย เช่น การให้เช่าห้องพัก การใช้ห้องโถงห้องพักแขก สระว่ายน้ำ สวนดอกไม้ ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม ฯลฯ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในเรื่องการจัดแบ่ง (Function) ของโรงแรมตามความสามารถและความถนัดส่วนบุคคลในระหว่างลูกจ้างและคนงานของโรงแรม ความซับซ้อนของโรงแรมทำให้มีการประสานงานโดยตรงระหว่างบริการชนิดต่าง ๆ เช่น ผู้คุมเหล้าจะต้องพร้อมที่จะจ่ายไวน์ให้กับร้านอาหารหรือบาร์ในโรงแรม แผนกซักรีดจะต้องแจกจ่ายผ้าสะอาดให้ตามห้องต่าง ๆ นักบัญชีจะต้องบันทึกไว้ตลอดเวลาว่า ลูกค้าได้จ่ายเท่าใดบ้างในร้านอาหาร บาร์ ค่าห้องโรงแรม ฯลฯ หน้าที่เหล่านี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นลักษณะของการบริการในโรงแรม โดยเฉพาะเมื่อมีความต้องการแบบเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นระหว่างวันอาทิตย์หรือตลอดปี ดังนั้นกิจกรรมต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมโรงแรมจึงจะต้องมีความยืดหยุ่นอย่างมากในการปรับตัวให้เข้ากับความประสงค์ ของบริการนั้น ๆ (จจิต กอบเดช, 2535)

ลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม

1. เป็นสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (อสังหาริมทรัพย์) ไม่สามารถติดตามลูกค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้
2. การขายบริการจะต้องขาย ณ ที่ทำการผลิต ณ สถานที่ผู้ใช้บริการอยู่ และในเวลาที่ต้องการ ไม่ใช่ก่อนหรือหลัง
3. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเก็บผลผลิตไว้ได้ ผลผลิตจัดเป็นสินค้าที่เสียได้ง่าย เช่น ห้องที่ว่างแต่ละคืนจะทำให้เกิดการขาดทุนที่เอาคืนไม่ได้
4. ขึ้นอยู่กับแรงงานมนุษย์ มีขอบเขตจำกัดในการใช้เครื่องทุ่นแรงทำงานแทน
5. เป็นสถานที่พัก เปิดให้บริการต่าง ๆ แก่สาธารณชนทุกคนที่สามารถพักได้ ไม่มีผู้ปกครอง ตามระเบียบกฎหมายและวัฒนธรรม
6. เป็นอุตสาหกรรมที่ขายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องอาศัยการจ่ายเงินจากลูกค้าที่มาใช้บริการต่างๆ เพื่อชดเชยกับต้นทุนที่ลงทุนที่จำเป็นและให้โรงแรมมีกำไรพอสมควร เอกสิทธิ์ทางด้านราคาเป็นสิทธิเฉพาะตัวของอุตสาหกรรมโรงแรม อย่างไรก็ตามในบางประเทศรัฐจะเป็นผู้ให้เงินกู้ เงินช่วยเหลือและส่งเสริมกิจกรรมในโรงแรมและช่วยให้โรงแรมมีกำไร
7. ควรเป็นการบริการเฉพาะคน (Individual Service) แก่ลูกค้าแต่ละคนเท่าๆ กันกับครอบครัวหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง ๆ แต่อุปสงค์จะมีลักษณะแตกต่างกันไปและไม่สม่ำเสมอ

8. เป็นบริการเบ็ดเสร็จที่เป็นระเบียบ ซึ่งมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน หรือในระดับเยี่ยมชมห้องพักพร้อมห้องน้ำและไม่มีห้องน้ำ อาหารและเครื่องดื่มนิยามในราคาต่าง ๆ กัน มีบริการซักกรีด ซักแห้ง ฯลฯ

9. การลงทุนในอุตสาหกรรมโรงแรม ต้องใช้เงินจำนวนมาก และส่วนใหญ่จะมีเป็นการลงทุนในสินทรัพย์ประจำ (ขจิต กอบเดช, 2535)

10. อุตสาหกรรมโรงแรมต้องอาศัยบริการหลาย ๆ อย่าง ได้แก่ การขนส่ง การให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม การให้ความบันเทิง การท่องเที่ยวฯ

11. อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกับอุตสาหกรรมโรงแรม ได้แก่ อุตสาหกรรมร้านอาหารและภัตตาคาร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการศึกษา

2.1.2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกิจการโรงแรม

กิจการโรงแรม เป็นธุรกิจบริการที่ให้บริการด้านที่พักอาศัย สำหรับผู้เดินทาง โรงแรมเริ่มต้นจากทวีปยุโรปและแพร่หลายไปทั่วทวีปอเมริกา เอเชีย และทั่วโลก เพื่อรองรับความต้องการของผู้คนที่ต้องการจะติดต่อค้าขาย และท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ประเทศใดมีกิจการโรงแรมที่เจริญได้มาตรฐาน ก็จะสามารถรองรับผู้คนที่เข้ามาในประเทศได้มากที่สุดและการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละไม่น้อย ส่วนประเทศที่มีวิวทิวทัศน์ ธรรมชาติอันงดงาม ตลอดจนมีโบราณวัตถุอยู่ในประเทศก็ถือว่ามีความพร้อมที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาภายในประเทศ การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงอาศัยปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาโรงแรมให้เพียงพอ กับจำนวนนักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เพราะฉะนั้นกิจการโรงแรมจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว (ชนะ เกษมโกศล, 2542)

ความหมายและความสำคัญของกิจการโรงแรม คือ โรงแรมจัดว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เนื่องจากการที่มีโรงแรมที่สะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้อาศัยพักค้างแรม ทำให้เกิดความมั่นใจและกล้าที่จะเดินทางออกท่องเที่ยวไปในที่ไกล ๆ ห่างจากบ้านเมืองของตน โรงแรมจึงเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สอง ของผู้เดินทางที่จะช่วยอำนวยความสะดวกสบายและความปลอดภัย ทำให้การเดินทางของผู้คนทั้งหลายนั้นประสบความสำเร็จ การเดินทางอันยาวไกลไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก ก็สามารถเป็นไปได้เสมอ ทรายใดที่ยังมีที่พักแรมให้คนเดินทางได้เข้าพักอาศัย โรงแรมจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ท้องถิ่นใดที่มีผู้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวก็จะมีกิจการ โรงแรมมาเปิดบริการให้กับผู้เดินทาง เช่น ตามบริเวณชายทะเลที่สวยงามตามหมู่เกาะต่าง ๆ ที่ผู้คนออกมาพักผ่อนตามภูเขาป่าไม้ ทะเลสาบ เป็นต้น

กิจการโรงแรมนอกจากจะเป็นแหล่งบริการที่พักแรมแก่ผู้คนที่เดินทางแล้วยังเป็นสถานที่นัดพบสำหรับการตกลงเจรจาธุรกิจการค้า ของนักธุรกิจต่าง ๆ ทุกมุมโลก ซึ่งจะมาเช่น สัญญาซื้อขายหรือร่วมมือทางธุรกิจ กลุ่มพนักงาน ข้าราชการ นักวิชาการ ก็จะใช้โรงแรมเป็นสถานที่สำหรับประชุม สัมมนา ฝึกอบรม เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานของตน บางครั้งโรงแรมก็ยังทำหน้าที่เป็นสถานที่แสดงสินค้า (Road Show) ที่จะแนะนำให้ผู้คนที่ได้รู้จัก สินค้าที่ผลิตจากประเทศต่าง ๆ การพบปะสังสรรค์เพื่อนฝูง ญาติมิตร ตลอดจนการจัดพิธีแต่งงาน เกษียณอายุ วันเกิดของผู้คนทั่วไป โรงแรมจึงมีบทบาทหลากหลายในสังคมเป็นสถานบริการ ทุกคนสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างเต็มที่ เป็นส่วนประกอบของการเจริญของบ้านเมือง กิจการโรงแรมจึงต้องพิถีพิถันในการเลือกสถานที่ตั้ง ต้องเป็นสถานที่ให้ความสะดวกสบายและงดงาม มีรูปทรงที่สง่างามโอ่งโถง มีบรรยากาศที่อบอุ่น เป็นมิตร และการบริการที่ประทับใจแก่ผู้คนที่แวะเข้ามาเยี่ยมชม โรงแรมจึงคล้ายกับเป็นหน้าตาของประเทศ ของชุมชนที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ต้อนรับแขก ผู้เดินทางเข้ามาจากต่างถิ่นต่างแดนให้เกิดความรู้สึกที่ดี อบอุ่น เป็นมิตร และประทับใจ พนักงานโรงแรมจึงต้องได้รับการฝึกฝนให้มีความสามารถในด้านบริการที่หลากหลาย มีความรอบรู้ทางด้านภาษาขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีอัธยาศัยไมตรี กริยามารยาทงดงาม มีความสามารถสร้างความประทับใจ ให้กับผู้มาเยือนได้เป็นอย่างดี

ไมตรีจิตและความอบอุ่นที่พนักงานโรงแรม มอบให้กับผู้มาเยือน จะเป็นเสมือนตัวแทนของประชาชนในท้องถิ่นหรือประเทศนั้น กิจการโรงแรมจึงเป็นประตูของประเทศที่เปิดกว้างสำหรับต้อนรับแขกผู้คนที่จากทั่วสารทิศของโลก เป็นผู้นำชื่อเสียงและเงินตราเข้าสู่ประเทศมากมาย ประเทศที่มีระบบโรงแรมที่ก้าวหน้าทันสมัย ก็จะเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศนั้นให้เข้มแข็ง สามารถดึงดูดจากนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ไม่อาจทำให้กิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยกิจการโรงแรมควบคู่กันไปด้วย

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การมีโรงแรมอย่างเพียงพอและทันสมัย จะช่วยให้ผู้คนที่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นการทำได้เข้าประเทศปีละนับแสนล้านบาท นอกจากนั้น โรงแรมยังใช้เป็นที่พักค้างแรมสำหรับผู้คนที่เดินทางไปธุระในที่ไกล ๆ ได้ ในสมัยใหม่โรงแรมถูกใช้เป็นที่ประชุมสัมมนา แสดงสินค้า และจัดงานเลี้ยงต่าง ๆ ทำให้โรงแรมกลายเป็นศูนย์กลางของชุมชน ยิ่งไปกว่านั้น โรงแรมยังมีหน้าที่เป็นสถานที่ที่ผู้ต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองที่เดินทางมาจากแดนไกล (ชนะ, 2542)

ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation Business) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม หมายถึง ธุรกิจที่บริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของธุรกิจนั้น ๆ ปัจจุบันนิยมใช้คำว่า ธุรกิจโรงแรมมากกว่าธุรกิจที่พักแรม

2.1.2.2 โรงแรมที่แบ่งตามหน้าที่

- 1) โรงแรมเพื่อการค้าหรือการพาณิชย์ (Commercial Hotel) มุ่งเน้นบริการนักท่องเที่ยว พ่อค้าที่มาติดต่อธุรกิจ
- 2) โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotel) มักตั้งอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม มีการบริการด้านต่าง ๆ ครบครัน
- 3) โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) โรงแรมที่มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานเพื่อจัดเป็นที่ประชุมสัมมนา หรืออบรมอื่น ๆ โดยจัดห้องไว้ให้บริการ
- 4) โรงแรมเพื่อการพักอาศัย (Residential Hotel) เป็นลักษณะให้เช่าห้องพักถาวรในรูปแบบของห้องชุด
- 5) โรงแรมแบบให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะ (Motel) มักตั้งอยู่ตามถนนสายสำคัญ ๆ ที่มีที่จอดรถติดกับห้องพัก
- 6) โรงแรมแบบประหยัด (Economy Hotel) โรงแรมที่ประหยัดทั้งต้นทุนของผู้ประกอบการและค่าที่พักของลูกค้า
- 7) โรงแรมแบบอื่น ๆ เช่น ห้องเช่าราคาถูก (Guest house) ห้องเช่าราคาถูกมีลักษณะคล้ายกับโรงแรมมากเพราะ มีบริการให้เช่าห้องพัก มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม

2.1.2.3 โรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้ง (Location)

- 1) โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองในย่านธุรกิจ การท่องเที่ยว ตลอดจนสถานบันเทิงต่าง ๆ ลักษณะของโรงแรมมักมีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 100 ห้องตกแต่งหรูหรา มีบริการอื่น ๆ ครบครัน
- 2) โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities) มักตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ลูกค้าส่วนใหญ่คือนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว นักเดินทาง และลูกค้าในท้องถิ่นที่มาสังสรรค์
- 3) โรงแรมชานเมือง (Suburban Hotel) ตั้งอยู่ชานเมืองหรือนอกเมือง มีการคมนาคมสะดวก บรรยากาศเงียบสงบ มีอากาศบริสุทธิ์
- 4) โรงแรมสถานตากอากาศ (Resort Hotel) จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
- 5) โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เป็นโรงแรมที่มุ่งเน้นด้านกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น สนามกอล์ฟ ขี่ม้า ฯลฯ

6) โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotel) ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่สนามบิน ทั้งนี้ เพราะสนามบินส่วนใหญ่ตั้งอยู่ไกลเมือง

2.1.2.4 โรงแรมที่แบ่งตามจำนวนห้องพัก

- 1) โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีห้องพักเดี่ยวต่ำกว่า 30 ห้อง
- 2) โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 30 ไม่เกิน 100 ห้อง
- 3) โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง ตกแต่งหรูหรา มีบริการครบถ้วน

2.1.2.5 โรงแรมที่แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้ามาพัก

- 1) โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotel) คือ โรงแรมที่ลูกค้ามาพักเป็นระยะเวลาดสั้นๆ
- 2) โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotel) คือ โรงแรมประเภทให้ลูกค้าเช่าพัก เป็นเวลาอย่างน้อย 1 เดือน โดยคิดว่าเช่าเป็นรายเดือน หรือห้องพักจะเป็นประเภทห้องชุด

2.1.2.6 ระดับมาตรฐานของโรงแรม

สมาคมยานยนต์ในประเทศอังกฤษ หรือ Automobile Association (AA) และ ราชยานยนต์สโมสร หรือ Royal Automobile Club (RAC) จัดกลุ่มระดับของโรงแรมแล้วยังนับเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของโรงแรมใน แต่ละกลุ่มด้วย

สมาคมโรงแรมไทย (2545: 12-16) ได้กำหนดหลักเกณฑ์ระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทยซึ่งได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากคณะกรรมการจัดทำมาตรฐานโรงแรมทั้งโรงแรมขนาดใหญ่ และขนาดเล็กในกรุงเทพ และต่างจังหวัด และผ่านการพิจารณาจากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านโรงแรมโดยตรงทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน โดยใช้สัญลักษณ์รูปดาวห้าแฉก เป็นสัญลักษณ์ที่เป็นสื่อสากล และประชาชนในประเทศมีความรู้จักดีกว่าอยู่แล้ว เป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย โดย จัดแบ่งมาตรฐานเป็น 5 ระดับดังนี้

- 1) กลุ่มดาวเดียว หมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็ก สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์พอใช้ มีห้องน้ำ ห้องส้วมเพียงพอในลักษณะของการใช้ร่วมกัน มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพักเท่านั้น บรรยากาศเป็นกันเอง
- 2) กลุ่มสองดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดีมีระดับห้องพักสูงกว่าระดับดาวเดียวห้องพักกว้างขึ้น มีห้องน้ำในตัว อาหารมีครบครันขึ้น ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

3) กลุ่มสามดาว หมายถึง โรงแรมที่ตกแต่งไว้อย่างดี ห้องพักกว้างขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครันมากขึ้น มีห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำในตัว มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบุคคลภายนอก

4) กลุ่มสี่ดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ ตกแต่งอย่างดีเป็นพิเศษ มาตรฐานสูงในด้านบริการและความสะดวกสบาย มีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง

5) กลุ่มห้าดาว หมายถึง โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรู มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องพัก ห้องอาหาร การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมได้มาตรฐานระดับดาว โดยเรียงลำดับมาตรฐานจากระดับมาตรฐานที่น้อยที่สุดคือ 1 ดาว ไปหาระดับมาตรฐานที่มากที่สุดคือ 5 ดาว

ปัจจัยในการพิจารณาตัดสินมาตรฐานโรงแรม

1. สภาพทางกายภาพ เช่นที่ตั้ง สภาพแวดล้อม เป็นต้น
2. การก่อสร้าง เช่น โครงสร้างทางกายภาพของโรงแรม ระบบในโรงแรม การเลือกใช้วัสดุ ระบบความปลอดภัย
3. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพัก และผู้ให้บริการ เช่น ปริมาณของใช้ที่จัดให้อุปกรณ์ตกแต่ง
4. คุณภาพการบริการ และการรักษาคุณภาพ เช่น บุคลิกภาพ ความสะอาด สุขอนามัยชื่อเสียงโรงแรม
5. การบำรุงรักษาโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามที่กล่าวข้างต้น

2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2.1.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์กร หรือบุคคล ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

- 1) การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของกลุ่มแข่งขัน

2) การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ที่เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอ และภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขัน โดดเด่นและมีมูลค่าคุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

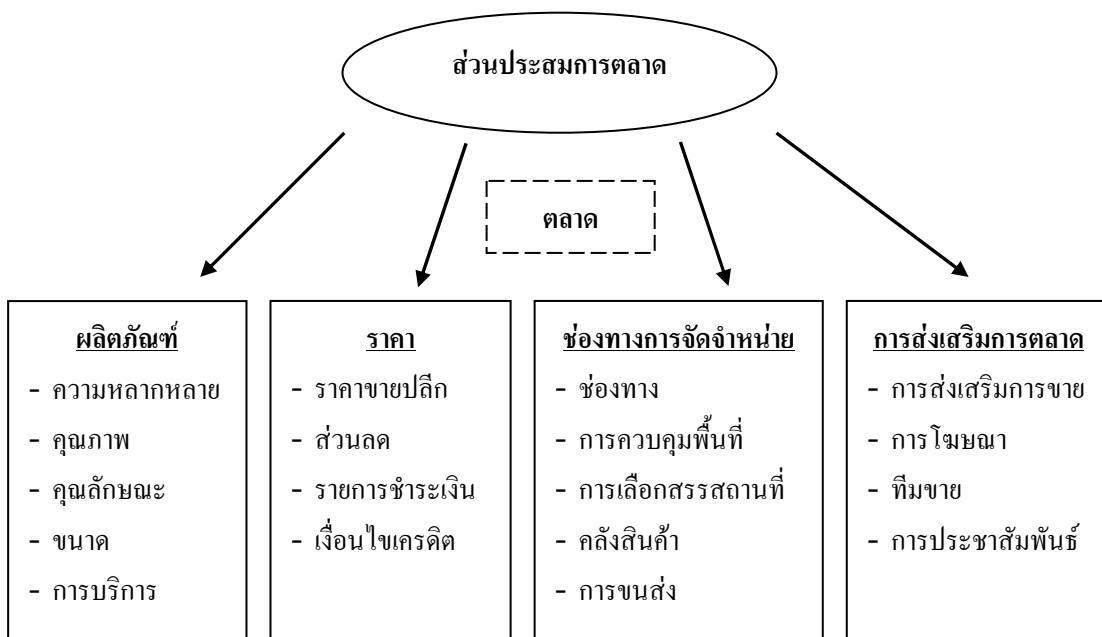
3) กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่โดดเด่นและมีความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

ก) รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มี ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถที่จะสัมผัสหรือรับรู้ได้ ประกอบด้วย คุณภาพ ฯลฯ

ข) ผลิตภัณฑ์ควบ ผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติม ที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น

ค) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์

ง) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามความต้องการ



ภาพที่ 2-1 แนวคิดส่วนประสมการตลาด

ที่มา : (Kotler, 1997:98)

2.1.3.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง

1) การยอมรับของลูกค้า ในตัวของสินค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2) ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต

3) ลักษณะการแข่งขัน

2.1.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่ายประกอบด้วย

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

2) การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

ก) การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นระหว่างช่วงเวลาหนึ่ง เพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม

ข) การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติเกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า

ค) การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตภัณฑ์ขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและมีในปริมาณที่เหมาะสม

ง) การดำเนินงานเกี่ยวกับการสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า

จ) การบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี

ฉ) การคลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางเคลื่อนไหวของสินค้าเพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

ช) การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

ซ) การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหน และอย่างไร จึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

2.1.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

1) การโฆษณาตัวสินค้า เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช่บุคคลที่ต้องจ่ายเงิน โดยผู้ปล้ำภักเพื่อนำเสนอ และส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

2) การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น คุปอง การประกวด การให้ของแจก เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของผลิตภัณฑ์ และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

3) การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

4) การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถนำเสนอสินค้า และตอบข้อซักถามให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด

5) การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรทัศน์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถจะให้กับผู้รับแต่ละคนได้

2.1.4 คุณภาพการบริการ (Service Quality)

เป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจและเห็นความสำคัญอย่างจริงจังเมื่อไม่นานมานี้ เนื่องจากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของลูกค้า หลังจากการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ผลงานวิจัยดังกล่าวพบว่าคุณภาพการบริการเป็นเรื่องซับซ้อน ขึ้นอยู่กับการมองหรือทัศนคติของผู้บริโภคหรือลูกค้า “Service Quality is what customers perceived” กล่าวคือ อะไรก็ตามที่ลูกค้าเห็นว่าเป็นที่ถูกต้อง พอใจ จะหมายถึงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการใด ๆ ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นซึ่ง บรัสเซลและเกล (Buzzel & Gale, 1985 อ้างถึงในอนุวัฒน์ ศุภชติกุล, 2542 หน้า 2-3) กล่าวว่าเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ แบ่งเป็น 8 ลักษณะ คือ

2.1.4.1 คุณภาพของการบริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือบริการที่ทางโรงแรมมีบริการแก่ลูกค้า ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจอะไรที่เรียกว่าคุณภาพจากสิ่งที่ลูกค้าคิดว่าสำคัญและไม่สำคัญในกระบวนการที่เกิดขึ้น คุณภาพการบริการจะเป็นลักษณะอย่างไร และตรงจุดใดจึงเรียกว่าคุณภาพนั้นอยู่ที่ลูกค้ากำหนดขึ้น ซึ่งลูกค้าแต่ละคนอาจจะมองว่าคุณภาพของการบริการในแต่ละฉากเหตุการณ์ของการให้บริการที่แตกต่างกันได้

2.1.4.2 คุณภาพของการบริการ เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงอยู่ตลอดเวลาเพราะ ไม่มีจุดจบเราไม่สามารถกำหนดคุณภาพของการบริการ ให้เฉพาะเจาะจงหรือเป็นสูตรตายตัวลงไปได้ การให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีจะต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปด้วยดีและไม่ดี

2.1.4.3 คุณภาพของการบริการ จะเกิดขึ้นด้วยความร่วมมือของทุกคนที่เกี่ยวข้องยอมรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องกับงานบริการทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าหรือผู้ปฏิบัติงานที่อยู่เบื้องหลัง และการควบคุมคุณภาพของการให้บริการของผู้ร่วมงานแต่ละคนล้วนส่งผลต่อความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ สำหรับผู้รับบริการทั้งสิ้นผู้ปฏิบัติงาน

2.1.4.4 คุณภาพของการบริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกจากกันได้ ในการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพที่ดี ผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องได้รับความรู้ คำติชมผลงาน ในการนี้ผู้บริหารบริการจะต้องเอาใจใส่บริการจัดการหรือสั่งการและปฏิสัมพันธ์กับผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์เพื่อมุ่งหวังให้งานบริการที่ออกมามีคุณภาพดี

2.1.4.5 คุณภาพของการบริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม การบริการจะมีคุณภาพดีเพียงใด ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริการ (Corporate culture) ภายในองค์กรที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าความเป็นคน องค์กรบริหารที่มีการปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรขององค์กรอย่างเท่าเทียมจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่แท้จริงได้

2.1.4.6 คุณภาพของการบริการ นั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพของการบริการจะไม่สามารถกำหนดตายตัวลงไปได้ แต่การวางแผนเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า ในสิ่งที่เรียนรู้จากพฤติกรรมของลูกค้าว่ามีความต้องการหรือคาดหวังอะไรบ้างย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดีได้

2.1.4.7 คุณภาพของการบริการ หมายถึง การรักษาความมั่นใจสัญญาขององค์กรบริการลูกค้า มักจะคาดหวังว่า ผู้ปฏิบัติงานบริการจะให้บริการในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตนาจำนงหรือความสัญญาไว้

2.1.4.8 คุณภาพของการบริการ จะอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม สรุปได้ว่าคุณภาพของการบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการหรือผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการจัดระบบการบริการทั้งสิ้น การให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้รับบริการเป็นเรื่องที่มีโอกาสจะเลยได้ด้วยการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการส่งเสริมคุณภาพ ของการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจอย่างแนบแน่นให้กับผู้รับบริการ

2.1.5 ประวัติจังหวัดปราจีนบุรี

ปราจีนบุรี เป็นจังหวัดชายแดนอยู่ทางทิศด้านตะวันออก ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 135 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 4,762 ตารางกิโลเมตร เคยเป็นดินแดนที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี และต่อเนื่องมาจนถึงสมัยลพบุรีประมาณ 800 ปี ก่อนปรากฏหลักฐานเป็นซากเมืองโบราณ ที่เรียกว่า “เมืองศรีมโหสถ” ที่ตำบลโคกปี่บ อำเภอศรีมโหสถ และทางด้านทิศตะวันออกของเมืองศรีมโหสถ บริเวณบ้านโคกขวาง อำเภอศรีมหาโพธิยังพบชุมชนโบราณอายุร่วมสมัยเดียวกันกับเมืองศรีมโหสถ บริเวณซากเมืองโบราณเหล่านี้มีซากโบราณสถานที่ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและพบโบราณวัตถุต่างๆ ได้แก่ พระพุทธรูป เทวรูป เครื่องปั้นดินเผา เครื่องมือเครื่องใช้ประเภทสำริดกระจายอยู่ทั่วไป

ต่อมาศูนย์กลางความเจริญได้ย้ายมาตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกงดังเช่นปัจจุบัน ในสมัยกรุงศรีอยุธยา เรียกว่า “เมืองปราจีน” ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นก็ยังเรียกว่า “เมืองปราจีน” หรือ “มณฑลปราจีน” จวบจนในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดระเบียบการปกครองแผ่นดินตามแบบต่างประเทศ มณฑลปราจีนได้ถูกยุบเลิก คงมีฐานะเป็นเพียงหัวเมืองเมืองหนึ่ง ต่อมาทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนคำว่า “เมือง” เป็น “จังหวัด” จึงมีชื่อเรียกใหม่ว่า จังหวัดปราจีนบุรี

ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของจังหวัดปราจีนบุรี จะเห็นได้ว่ามีอัตราการเติบโตค่อนข้างดีจากปีที่ผ่านมาแบ่งเป็นชาวไทยเพิ่มขึ้น และเป็นชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูงมาก สืบเนื่องมาจากปีที่ผ่านมาชาวต่างชาติมีการเดินทางเข้ามาปราจีนบุรีลดลง จากปัจจัยลบในหลายด้าน จึงส่งผลดีสำหรับการเดินทางกลับเข้ามาในพื้นที่อีกครั้งซึ่งเพิ่มขึ้น และส่วนใหญ่ชาวต่างชาติจะนิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน เป็นต้น เมื่อพิจารณาถึงจำนวนของผู้เยี่ยมชมจะเห็นได้ว่าจังหวัดปราจีนบุรีจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะจะนิยมเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร วัดสว่างาม แก่งหินเพิง เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้มีการจัด กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ จัดกิจกรรมนวดไทยอภัยภูเบศร เป็นบริการใหม่ล่าสุดของมูลนิธิ

โรงพยาบาลอภัยภูเบศร หลังสร้างชื่อเสียงจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ซึ่งค่อนข้างได้รับความนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่รักสุขภาพ การจัดเทศกาลเมืองไม้มงคล ไม้ดอกไม้ประดับ งานสัปดาห์ล่องแก่งหินเพิง งานวันไหลรวมใจประจันตคาม งานวันเกษตรปราจีนบุรี และเทศกาลมาฆปุริมีศรีปราจีน เป็นต้น และมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจท่องเที่ยวพักผ่อนในช่วงวันหยุดยาว และเสาร์-อาทิตย์ โดยเฉพาะ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก กิจกรรมล่องแก่ง ทำให้ช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางในช่วงเดียวกัน และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และ รถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ

2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร (จิระภรณ์, วชิรา, 2551: บทคัดย่อ)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่พบว่าเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 ปี ไม่เกิน 35 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อปี 2,000-5,000 ดอลลาร์ และมีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ทัศนคติสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ช่วยให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมแบบประหยัด, ที่ตั้งของโรงแรมแบบประหยัดคือเหตุที่ทำให้เลือกใช้บริการ, การนำประสบการณ์ที่ได้รับไปแนะนำเพื่อน, ประทับใจกับการบริการของโรงแรมแบบประหยัด และความถี่ในการใช้บริการแบบประหยัด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจ 5 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนโรงแรมเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว, โรงแรมแบบประหยัดง่ายต่อการเข้าพัก, เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย, ถูกกว่าที่พักแบบอื่น และมีบริษัทตัวแทนจำหน่ายหลายบริษัทให้เลือกใช้บริการ

2.2.2 รายงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์ เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (โกศล, 2550: บทคัดย่อ)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์ เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์เพราะเห็นว่าการพักเกสต์เฮาส์คุ้มค่าเงินที่จ่าย และรองลงมาเห็นว่าพักเกสต์เฮาส์ประหยัดค่าใช้จ่ายและเพราะชอบบรรยากาศแบบเกสต์เฮาส์ มากกว่าเหตุผลอื่นๆ ตามลำดับ

เหตุผลส่วนใหญ่เลือกที่ใช้บริการเกสต์เฮาส์ที่พักอยู่ในขณะนั้น พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกพักเพราะเห็นว่า อัตราค่าห้องพักเหมาะสมและสามารถจ่ายได้ รองลงมาเพราะเห็นว่าเกสต์เฮาส์นั้นสะอาด และเพราะได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือผู้อื่นที่รู้จักหรือเคยใช้บริการเกสต์เฮาส์นั้นมาก่อน มากกว่าเหตุผลอื่นๆ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์มากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สัญลักษณ์ และวัสดุสื่อสาร ตามลำดับ

2.2.3 รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร (รภัศ, 2550: บทคัดย่อ)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครเป็นตลาดประเภทกึ่งผูกขาด เนื่องจากอัตราส่วนการกระจุกตัวของธุรกิจรายใหญ่ 3 อันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 8.49 ซึ่งหมายความว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ และหากพิจารณาค่าอัตราส่วนขนาดธุรกิจพบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 52.01 หมายความว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ 3 อันดับแรก มีขนาดของยอดขายโดยเฉลี่ยสูงกว่าขนาดยอดขายโดยเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรมอื่นๆ ที่เหลือ สำหรับลักษณะทั่วไปของโรงแรมกลุ่มตัวอย่างพบว่า โรงแรมส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวนห้องพัก 60-150 ห้อง มีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย 500-999 บาท มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 60-79 และเป็นโรงแรมที่ไม่ได้อยู่ในเครือ ลูกค้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยมากที่สุด รองลงมาคือลูกค้าจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สำหรับกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ ที่มีความสำคัญมากต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์เรื่องทำเลที่ตั้ง การจัดกิจกรรมหรือเทศกาลพิเศษเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ การกำหนดราคาห้องพักหลากหลายราคาสำหรับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน การมีเว็บไซต์ของโรงแรมเพื่อนให้บริการจองห้องพัก การให้ความสำคัญกับพนักงานขายในการเสนอขายบริการ

ต่างๆ การมีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการเป็นอย่างดี และการเป็นพันธมิตรกับโรงแรมอื่นๆ ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างพบว่า โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักราคาห้องพักเฉลี่ยระยะเวลาที่เปิดดำเนินการและรูปแบบการดำเนินการที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาของงานวิจัย

จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี ที่คณะผู้ทำวิจัยได้รวบรวมไว้ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบประหยัดนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวางแผนได้อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพสูง

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้ทำวิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงโรงแรมแบบประหยัด และรูปแบบการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำไปใช้วางแผนพัฒนาโรงแรมประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรีในอนาคตให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและที่สำคัญ คือ เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบประหยัดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคต

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิภาคศึกษา: โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี โดยจะนำเสนอวิธีการดำเนินงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างออกเป็นดังนี้

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี ปี 2550 จำนวน 892,174 คน (ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขต 8, 2551)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ใช้โปรแกรมคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย โดยตาราง Taro Yamane (ชานินท์, 2548: 53) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5%

ตามสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\&= \frac{892174}{1 + 892174(0.0025)^2} \\&= 399.82 \\n &= 400 \text{ คน}\end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ในการทำวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ชุด

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 (0.05)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มีข้อคำถามจำนวน 23 ข้อ โดยแบ่งเป็น 5 หัวข้อหลัก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบริการ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชานินทร์, 2548: 79)

| ระดับความคิดเห็น | ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกคำตอบ |
|------------------|---------------------------------|
| น้อยที่สุด | กำหนดค่าให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน |
| น้อย | กำหนดค่าให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน |
| ปานกลาง | กำหนดค่าให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน |
| มาก | กำหนดค่าให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน |
| มากที่สุด | กำหนดค่าให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน |

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี ในช่วงคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.49 แปลความว่า ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50–2.49 แปลความว่า ระดับความคิดเห็นน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50–3.49 แปลความว่า ระดับความคิดเห็นปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50–4.49 แปลความว่า ระดับความคิดเห็นมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50–5.00 แปลความว่า ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีคำถามจำนวน 1 ข้อ

3.3 การรวบรวมข้อมูล

คณะผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

3.3.1 คณะผู้ทำวิจัยได้นำแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์ไปสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลบริเวณจังหวัดปราจีนบุรี ตามแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมที่ได้จัดแบ่งไว้ตามอัตราส่วน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 3 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2553

3.3.2 การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Probability Sampling) โดยใช้ลักษณะการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ซึ่งจะแบ่งออกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม 5 อันดับแรกในจังหวัดปราจีนบุรี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเขต 8, 2551) ดังนี้

| ลำดับที่ | แหล่งท่องเที่ยว | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง | คิดเป็นร้อยละ |
|----------|------------------------------|--------------------|---------------|
| 1. | อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ | 80 | 20 |
| 2. | โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร | 80 | 20 |
| 3. | แก่งหินเพิง | 80 | 20 |
| 4. | วัดแก้วพิจิตร | 80 | 20 |
| 5. | หมู่บ้านสมุนไพร่ดงบัง | 80 | 20 |
| รวม | | 400 | 100 |

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ได้ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกผลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และเขียนโปรแกรมสั่งงานโดยใช้สถิติตามลำดับ ดังนี้

3.4.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3.4.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ภูมิศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกสถานภาพด้านเพศ วิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ t-test สำหรับสถานภาพด้านอายุ, อาชีพ, และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิเคราะห์จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

3.4.4 แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นข้อเสนอแนะอื่นๆของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วเรียบเรียงมาเป็นค่าความถี่ (Frequency)

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบตารางและภาพประกอบคำบรรยาย หรือตารางประกอบคำบรรยาย โดยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 4 ข้อ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อความที่เป็นปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการ โรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ เป็นผลของการวิจัย และจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 4 ข้อ เป็นลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 400 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

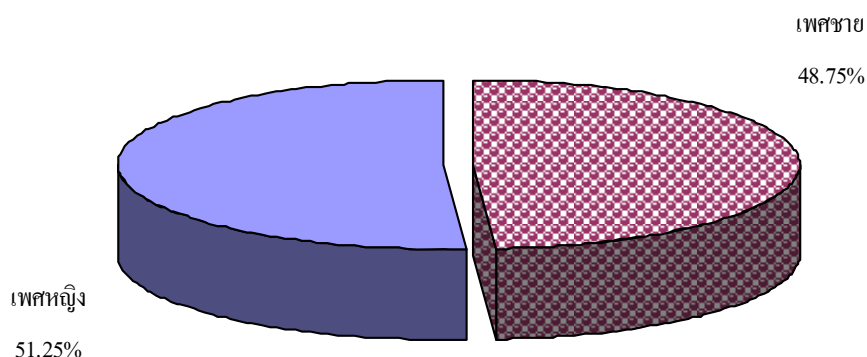
การวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไปใช้ค่าความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อ โดยผลการวิเคราะห์ด้านสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตามตาราง ดังนี้

4.1.1 สถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-1 และภาพที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------|-------|--------|
| เพศชาย | 195 | 48.75 |
| เพศหญิง | 205 | 51.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |



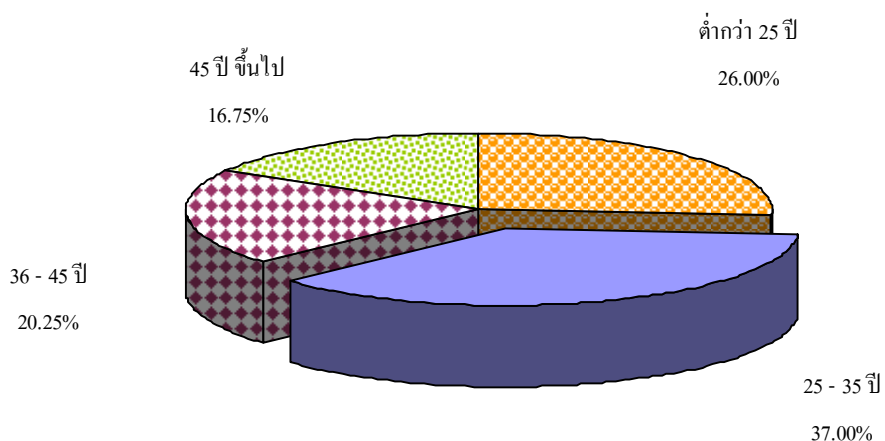
ภาพที่ 4-1 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านเพศ

จากตารางที่ 4-1 และภาพที่ 4-1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.25 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.75

4.1.2 สถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-2 และภาพที่ 4-2
ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 25 ปี | 104 | 26.00 |
| 25 – 35 ปี | 148 | 37.00 |
| 36 – 45 ปี | 81 | 20.25 |
| 45 ปี ขึ้นไป | 67 | 16.75 |
| รวม | 400 | 100.00 |



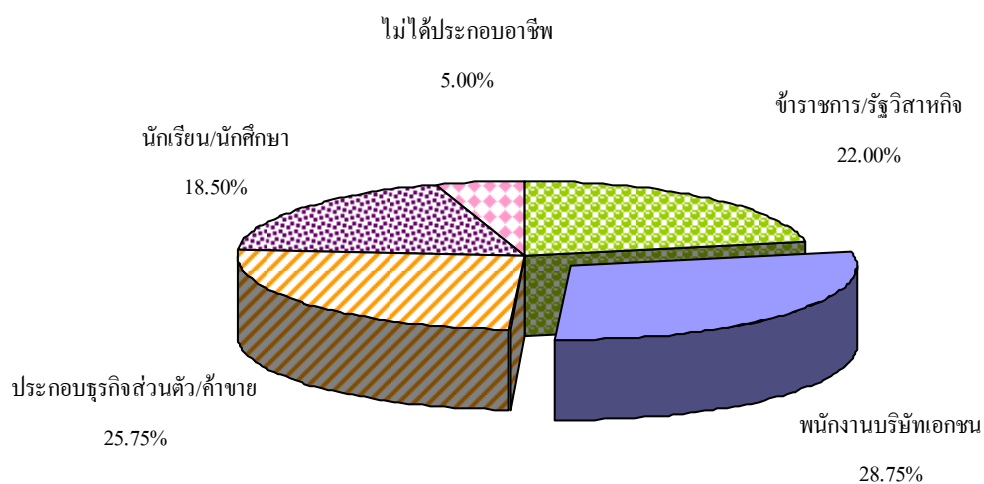
ภาพที่ 4-2 แสดงร้อยละของสถานภาพด้านอายุ

จากตารางที่ 4-2 และภาพที่ 4-2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้แก่ อายุ 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 อายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.25 และอายุ 45 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

4.1.3 สถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-3 และภาพที่ 4-3
ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 88 | 22.00 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 115 | 28.75 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 103 | 25.75 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 74 | 18.50 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 20 | 5.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |



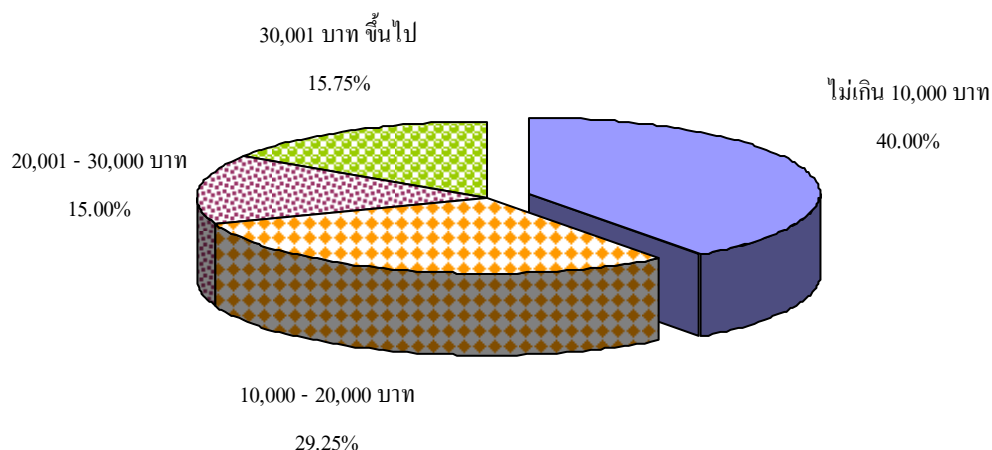
ภาพที่ 4-3 แสดงร้อยละของสถานภาพด้านอาชีพ

จากตารางที่ 4-3 และภาพที่ 4-3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 25.75 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.50 และไม่ได้ประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

4.1.4 สถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-4 และภาพที่ 4-4
ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านรายได้

| รายได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 160 | 40.00 |
| 10,000 – 20,000 บาท | 117 | 29.25 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 60 | 15.00 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 63 | 15.75 |
| รวม | 400 | 100.00 |



ภาพที่ 4-4 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านรายได้

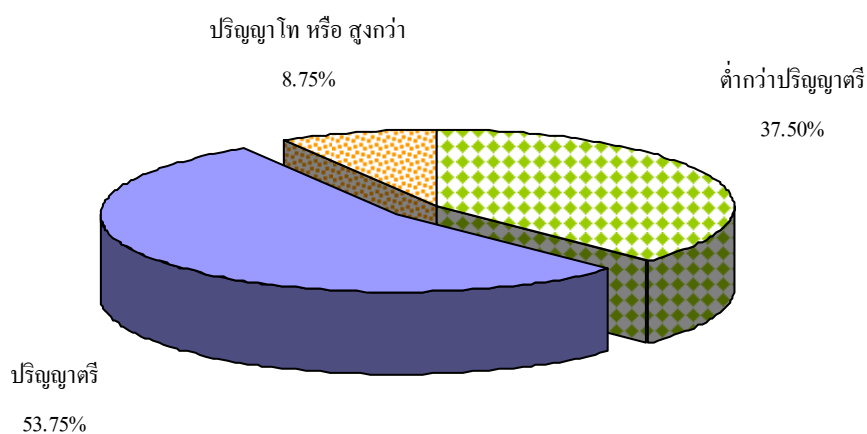
จากตารางที่ 4-4 และภาพที่ 4-4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา ระดับรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25 ระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.75 และระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ

4.1.5 สถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-5 และภาพที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 150 | 37.50 |
| ปริญญาตรี | 215 | 53.75 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 35 | 8.75 |
| รวม | 400 | 100.00 |



ภาพที่ 4-5 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพด้านระดับการศึกษา

จากตารางที่ 4-5 และภาพที่ 4-5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และระดับปริญญาโท หรือ สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี ด้านภาพรวมทั้งหมด และวิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ รวมทั้งวิเคราะห์เป็นรายข้อ จำนวน 23 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก
2. ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ
3. คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก
4. ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม
5. ด้านความปลอดภัย

ด้านราคา

6. ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน
7. ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ
8. มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน
9. ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง
10. ความสะดวกในการชำระค่าบริการ

ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย

11. มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย
12. ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก
13. มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย
14. อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

15. มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย
16. มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ
17. มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ
18. มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ด้านการบริการ

19. ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการลงทะเบียนเข้าพัก – ลงทะเบียนออก
20. ความสามารถในการเรื่องทักษะการบริการ
21. ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง
22. ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ
23. มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลดังนี้

| | | | |
|-------------|-----------|------------|-----------------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00–1.49 | แปลความว่า | มีความสำคัญน้อยที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.50–2.49 | แปลความว่า | มีความสำคัญน้อย |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.50–3.49 | แปลความว่า | มีความสำคัญปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.50–4.49 | แปลความว่า | มีความสำคัญมาก |
| คะแนนเฉลี่ย | 4.50–5.00 | แปลความว่า | มีความสำคัญมากที่สุด |

4.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวม

ตารางที่ 4-6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวม

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด | \bar{X} | S.D. |
|---|-------------|-------------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดโดยภาพรวม | 3.97 | 0.49 |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.08 | 0.59 |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | 3.97 | 0.77 |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | 4.12 | 0.76 |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | 3.94 | 0.81 |
| ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม | 4.05 | 0.77 |
| ด้านความปลอดภัย | 4.32 | 0.81 |
| ด้านราคา | 3.86 | 0.59 |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 3.81 | 0.74 |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | 4.00 | 0.75 |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | 3.84 | 0.85 |

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด | \bar{X} | S.D. |
|--|-------------|-------------|
| ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง | 3.83 | 0.80 |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | 3.86 | 0.84 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.93 | 0.61 |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | 3.94 | 0.86 |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | 4.12 | 0.75 |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | 3.64 | 0.87 |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | 4.02 | 0.89 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.87 | 0.75 |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | 3.79 | 0.95 |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | 3.87 | 0.88 |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | 3.98 | 0.87 |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | 3.85 | 1.03 |
| ด้านการบริการ | 4.12 | 0.69 |
| ความสะดวกรวดเร็วในการบริการลงทะเบียนเข้าพัก – ลงทะเบียนออก | 4.08 | 0.79 |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | 4.08 | 0.81 |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | 3.99 | 0.83 |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ | 4.29 | 0.84 |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | 4.17 | 0.89 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 สำหรับผลพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านราคา อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และด้านการบริการ อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.64 – 4.32 ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรีเป็นรายชื่อที่อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรีเป็นรายชื่อที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X}=4.32$) เรื่องความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ ($\bar{X}=4.29$) มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ ($\bar{X}=4.17$) ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ($\bar{X}=4.12$) ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก ($\bar{X}=4.12$) ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการลงทะเบียนเข้าพัก – ลงทะเบียนออก ($\bar{X}=4.08$) ความสามารถในการเรื่องทักษะการบริการ ($\bar{X}=4.08$) ด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.05$) อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ($\bar{X}=4.02$) ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ ($\bar{X}=4.00$) ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง($\bar{X}=3.99$) มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ ($\bar{X}=3.98$) คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ($\bar{X}=3.97$) คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก($\bar{X}=3.94$) มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย($\bar{X}=3.94$) มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ ($\bar{X}=3.87$) ความสะดวกในการชำระค่าบริการ($\bar{X}=3.86$) มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{X}=3.85$) มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน ($\bar{X}=3.84$) ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ($\bar{X}=3.83$) ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน ($\bar{X}=3.81$) มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย ($\bar{X}=3.79$) และมีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย ($\bar{X}=3.64$) ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรีเป็นรายชื่อที่อยู่ในระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ผลการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา ในส่วนของสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ t-test สำหรับสถานภาพด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้ง โดยใช้ Scheffe Analysis

4.3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของ นักท่องเที่ยวชาวไทย | t-Value | P-Value |
|--|---------|---------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของ นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม | -2.387 | 0.017* |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | -3.015 | 0.003* |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | -1.387 | 0.166 |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | -2.179 | 0.030* |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | -2.717 | 0.007* |
| ด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม | -1.075 | 0.283 |
| ด้านความปลอดภัย | -3.956 | 0.000* |
| ด้านราคา | -1.359 | 0.175 |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 0.616 | 0.538 |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | -0.266 | 0.791 |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | -1.446 | 0.149 |
| ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง | -2.237 | 0.026* |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | -1.459 | 0.145 |
| ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | -2.640 | 0.009* |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | -2.562 | 0.011* |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | -1.880 | 0.061 |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | -3.034 | 0.003* |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | -0.158 | 0.874 |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | -1.676 | 0.095 |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | -2.655 | 0.008* |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | -0.700 | 0.484 |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | -0.816 | 0.415 |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | -1.145 | 0.253 |

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | t-Value | P-Value |
|---|---------|---------|
| ด้านการบริการ | -0.549 | 0.584 |
| ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก – ลงทะเบียนออก | -0.079 | 0.937 |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | -0.507 | 0.613 |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | -0.372 | 0.710 |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ | 0.234 | 0.815 |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | -1.485 | 0.138 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 7 รายการ ได้แก่ ความสะดวกของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย และมีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ โดยภาพรวม 1 รายการ ในรายด้านจำนวน 2 รายด้าน และรายข้อจำนวน 7 รายการ ดังนี้

4.3.1.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.91 | 0.503 | -2.387 | 0.017* |
| เพศหญิง | 205 | 4.03 | 0.467 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-8 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.99 | 0.623 | -3.015 | 0.003* |
| เพศหญิง | 205 | 4.16 | 0.552 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-9 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านสถานที่การจัด
จำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-10
ตารางที่ 4-10 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.85 | 0.578 | -2.640 | 0.009* |
| เพศหญิง | 205 | 4.01 | 0.622 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-10 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญด้านสถานที่การจัดจำหน่าย
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของ
โรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของความสะอาดของ โรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผล
ดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ความสะอาดของ โรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 4.04 | 0.772 | -2.179 | 0.030* |
| เพศหญิง | 205 | 4.20 | 0.767 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-11 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญความสะอาดของ โรงแรม
สำหรับห้องพักที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้
ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.83 | 0.837 | -2.717 | 0.007* |
| เพศหญิง | 205 | 4.04 | 0.769 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-12 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญความสะดวกของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 4.14 | 0.878 | -3.956 | 0.000* |
| เพศหญิง | 205 | 4.47 | 0.697 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-13 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านเพศวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.74 | 0.867 | -2.237 | 0.026* |
| เพศหญิง | 205 | 3.92 | 0.719 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-14 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.83 | 0.862 | -2.562 | 0.011* |
| เพศหญิง | 205 | 4.04 | 0.842 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-15 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบริษัทตัวแทน
จำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดัง
ตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
บริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.51 | 0.922 | -3.034 | 0.003* |
| เพศหญิง | 205 | 3.77 | 0.805 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-16 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่าย
โรงแรมที่พักที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงให้
ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.1.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผล
ดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

| เพศ | จำนวน (N) | \bar{X} | S.D. | t-Value | P-Value |
|---------|-----------|-----------|-------|---------|---------|
| เพศชาย | 195 | 3.66 | 1.020 | -2.655 | 0.008* |
| เพศหญิง | 205 | 3.91 | 0.867 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-17 พบว่า เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญของวิธีการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิง
ให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|--|---------|---------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม | 4.527 | 0.004* |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 7.348 | 0.000* |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | 2.787 | 0.040* |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | 8.440 | 0.000* |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | 6.797 | 0.000* |
| ด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม | 1.536 | 0.205 |
| ด้านความปลอดภัย | 8.931 | 0.000* |
| ด้านราคา | 5.723 | 0.001* |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 5.194 | 0.020* |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | 2.598 | 0.052 |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | 4.896 | 0.002* |
| ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง | 2.552 | 0.055 |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | 3.183 | 0.024* |
| ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | 3.960 | 0.008* |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | 2.423 | 0.065 |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | 5.058 | 0.002* |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | 1.179 | 0.317 |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | 1.686 | 0.170 |

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|---|---------|---------|
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 0.365 | 0.779 |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | 0.476 | 0.699 |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | 0.782 | 0.504 |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | 0.360 | 0.782 |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | 0.248 | 0.863 |
| ด้านการบริการ | 1.156 | 0.326 |
| ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก | 1.342 | 0.260 |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | 2.373 | 0.070 |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | 1.487 | 0.217 |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ | 3.263 | 0.021* |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | 1.576 | 0.195 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 9 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ความสะดวกของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ด้านความปลอดภัย ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก และความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ โดยภาพรวม 1 รายการ ในรายด้านจำนวน 3 รายด้าน และรายข้อจำนวน 9 รายการ ดังนี้

4.3.2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|--------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 3.145 | 0.553 | 4.527 | 0.004* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 91.724 | 0.479 | | |
| รวม | 399 | 94.869 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-19 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.96 | 3.88 | 4.08 | 4.08 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.96 | - | 0.08 | 0.12 | 0.12 |
| 25-35 ปี | 3.88 | | - | 0.20* | 0.20* |
| 36-45 ปี | 4.08 | | | - | - |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.08 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-20 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 7.414 | 2.471 | 7.348 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 133.184 | 0.336 | | |
| รวม | 399 | 137.123 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-21 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 4.02 | 3.94 | 4.27 | 4.22 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.02 | - | 0.08 | 0.25* | 0.20 |
| 25-35 ปี | 3.94 | | - | 0.33* | 0.28* |
| 36-45 ปี | 4.27 | | | - | 0.05 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.22 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 5.698 | 1.899 | 5.723 | 0.001* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 131.425 | 0.332 | | |
| รวม | 399 | 137.123 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-23 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-24

ตารางที่ 4-24 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.88 | 3.73 | 4.03 | 3.96 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.88 | - | 0.15 | 0.15 | 0.08 |
| 25-35 ปี | 3.73 | | - | 0.30* | 0.23 |
| 36-45 ปี | 4.03 | | | - | 0.07 |
| 45 ปีขึ้นไป | 3.96 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 4.259 | 1.420 | 3.960 | 0.008* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 141.960 | 0.358 | | |
| รวม | 399 | 146.219 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-25 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-26

ตารางที่ 4-26 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.90 | 3.83 | 3.97 | 4.13 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.90 | - | 0.07 | 0.07 | 0.23 |
| 25-35 ปี | 3.83 | | - | 0.14 | 0.30* |
| 36-45 ปี | 3.97 | | | - | 0.16 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.13 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่การจัดจำหน่ายมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-27 ตารางที่ 4-27 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 4.892 | 1.631 | 2.787 | 0.040* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 231.685 | 0.585 | | |
| รวม | 399 | 236.577 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-27 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.2.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-28

ตารางที่ 4-28 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 13.717 | 4.572 | 8.440 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 214.523 | 0.542 | | |
| รวม | 399 | 228.240 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-28 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-29 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ
เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 4.01 | 3.96 | 4.40 | 4.31 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.01 | - | 0.05 | 0.39* | 0.30 |
| 25-35 ปี | 3.96 | | - | 0.44* | 0.35* |
| 36-45 ปี | 4.40 | | | - | 0.09 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.31 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กับกลุ่มอายุ 25-35 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ มากกว่ากลุ่มอายุ 25-35 ปี

4.3.2.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-30 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 12.802 | 4.267 | 6.797 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 248.635 | 0.628 | | |
| รวม | 399 | 261.438 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-30 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-31

ตารางที่ 4-31 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.86 | 3.81 | 4.28 | 3.93 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.86 | - | 0.05 | 0.42* | 0.07 |
| 25-35 ปี | 3.81 | | - | 0.47* | 0.12 |
| 36-45 ปี | 4.28 | | | - | 0.35 |
| 45 ปีขึ้นไป | 3.93 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-31 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย
จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-32

ตารางที่ 4-32 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 16.369 | 5.456 | 8.931 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 241.941 | 0.611 | | |
| รวม | 399 | 258.310 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-32 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านความปลอดภัย ต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ้
(Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 4.15 | 4.17 | 4.52 | 4.64 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.15 | - | 0.02 | 0.37* | 0.49* |
| 25-35 ปี | 4.17 | | - | 0.35* | 0.47* |
| 36-45 ปี | 4.52 | | | - | 0.12 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.64 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-33 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความ
ปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ
ด้านความปลอดภัย มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.2.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-34
ตารางที่ 4-34 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 8.288 | 2.763 | 5.194 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 210.649 | 0.532 | | |
| รวม | 399 | 218.938 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-34 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-35

ตารางที่ 4-35 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.86 | 3.65 | 4.04 | 3.84 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.86 | - | 0.21 | 0.18 | 0.02 |
| 25-35 ปี | 3.65 | | - | 0.39* | 0.19 |
| 36-45 ปี | 4.04 | | | - | 0.20 |
| 45 ปีขึ้นไป | 3.84 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-36 ปี

4.3.2.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-36

ตารางที่ 4-36 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 10.387 | 3.462 | 4.896 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 280.050 | 0.707 | | |
| รวม | 399 | 290.438 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-36 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-37

ตารางที่ 4-37 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 3.82 | 3.66 | 3.98 | 4.09 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.82 | - | 0.16 | 0.16 | 0.27 |
| 25-35 ปี | 3.66 | | - | 0.32 | 0.43* |
| 36-45 ปี | 3.98 | | | - | 0.11 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.09 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-37 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-36 ปี

4.3.2.11 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการชำระค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการชำระค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-38 ตารางที่ 4-38 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการชำระค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.580 | 2.193 | 3.183 | 0.024* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 272.585 | 0.689 | | |
| รวม | 399 | 279.438 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-38 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของความสะดวกในการชำระค่าบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.2.12 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-39

ตารางที่ 4-39 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 8.173 | 2.724 | 5.058 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 213.304 | 0.539 | | |
| รวม | 399 | 221.478 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-39 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-40

ตารางที่ 4-40 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 4.04 | 3.99 | 4.25 | 4.36 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.04 | - | 0.05 | 0.21 | 0.32 |
| 25-35 ปี | 3.99 | | - | 0.26 | 0.37* |
| 36-45 ปี | 4.25 | | | - | 0.11 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.36 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-36 ปี

4.3.2.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-41

ตารางที่ 4-41 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.774 | 2.258 | 3.263 | 0.021* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 274.003 | 0.692 | | |
| รวม | 399 | 280.778 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-41 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-42

ตารางที่ 4-42 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | \bar{X} | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|-------------|
| | | 4.36 | 4.16 | 4.27 | 4.52 |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.36 | - | 0.2 | 0.09 | 0.16 |
| 25-35 ปี | 4.16 | | - | 0.11 | 0.36* |
| 36-45 ปี | 4.27 | | | - | 0.25 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.52 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-35 ปี

4.3.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-43

ตารางที่ 4-43 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|--|---------|---------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม | 1.738 | 0.141 |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 1.714 | 0.146 |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | 2.784 | 0.026* |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | 0.304 | 0.875 |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | 0.487 | 0.746 |
| ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม | 3.638 | 0.006* |
| ด้านความปลอดภัย | 0.793 | 0.530 |
| ด้านราคา | 2.644 | 0.033* |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 2.082 | 0.082 |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | 1.869 | 0.115 |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | 3.590 | 0.007* |
| ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง | 1.287 | 0.274 |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | 1.790 | 0.130 |
| ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | 1.118 | 0.347 |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | 3.562 | 0.007* |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | 1.663 | 0.158 |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | 0.278 | 0.892 |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | 0.639 | 0.635 |

ตารางที่ 4-43 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|---|---------|---------|
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 1.852 | 0.118 |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | 2.648 | 0.033* |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | 2.427 | 0.047* |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | 2.171 | 0.072 |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | 1.682 | 0.153 |
| ด้านการบริการ | 3.208 | 0.013* |
| ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก | 1.774 | 0.133 |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | 2.109 | 0.079 |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | 1.385 | 0.238 |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ | 3.966 | 0.004* |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | 4.451 | 0.002* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-43 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ ด้านราคา และด้านการบริการ ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม ป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน วิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย การจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ ความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ และมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ในรายด้านจำนวน 2 รายด้าน และรายข้อจำนวน 8 รายการ ดังนี้

4.3.3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-44

ตารางที่ 4-44 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 3.576 | 0.894 | 2.644 | 0.033* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 133.547 | 0.338 | | |
| รวม | 399 | 137.123 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-44 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-45

ตารางที่ 4-45 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 6.019 | 1.505 | 3.208 | 0.013* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 185.261 | 0.469 | | |
| รวม | 399 | 191.280 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-45 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-46

ตารางที่ 4-46 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 6.488 | 1.622 | 2.784 | 0.026* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 230.090 | 0.583 | | |
| รวม | 399 | 236.578 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-46 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-47

ตารางที่ 4-47 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 8.390 | 2.097 | 3.638 | 0.006* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 227.708 | 0.576 | | |
| รวม | 399 | 236.098 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-47 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-48

ตารางที่ 4-48 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย | นักเรียน/ นักศึกษา | ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ |
|----------------------------|-----------|---------------------------|------------------------|------------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | 4.15 | 3.87 | 4.01 | 4.27 | 4.00 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 4.15 | - | 0.28 | 0.14 | 0.12 | 0.15 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 3.87 | | - | 0.24 | 0.40* | 0.13 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 4.01 | | | - | 0.26 | 0.01 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 4.27 | | | | - | 0.27 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 4.00 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-48 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ ความสำคัญกับด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

4.3.3.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคา ค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-49 ตารางที่ 4-49 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 10.189 | 2.547 | 3.590 | 0.007* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 280.248 | 0.709 | | |
| รวม | 399 | 290.000 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-49 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-50

ตารางที่ 4-50 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย | นักเรียน/ นักศึกษา | ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ |
|----------------------------|-----------|---------------------------|------------------------|------------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | 4.15 | 3.87 | 4.01 | 4.27 | 4.00 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 4.15 | - | 0.28 | 0.14 | 0.12 | 0.15 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 3.87 | | - | 0.24 | 0.40* | 0.13 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 4.01 | | | - | 0.26 | 0.01 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 4.27 | | | | - | 0.27 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 4.00 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-50 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ ความสำคัญกับป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

4.3.3.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจองห้องพักที่ หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-51 ตารางที่ 4-51 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ วิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 10.216 | 2.554 | 3.562 | 0.007* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 283.221 | 0.717 | | |
| รวม | 399 | 293.438 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-51 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของการจองห้องพักที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี ของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-52

ตารางที่ 4-52 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ วิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย | นักเรียน/ นักศึกษา | ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ |
|----------------------------|-----------|---------------------------|------------------------|------------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | 4.08 | 3.71 | 3.97 | 4.11 | 3.80 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 4.08 | - | 0.37 | 0.11 | 0.03 | 0.28 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 3.71 | | - | 0.26 | 0.40* | 0.09 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 3.97 | | | - | 0.14 | 0.17 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 4.11 | | | | - | 0.31 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 3.80 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจอง หอพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ให้ ความสำคัญกับวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

4.3.3.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-53

ตารางที่ 4-53 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 9.441 | 2.360 | 2.648 | 0.033* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 352.069 | 0.891 | | |
| รวม | 399 | 361.510 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-53 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โรงแรมที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความ แตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดกิจกรรม สำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-54

ตารางที่ 4-54 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้าน อาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 7.352 | 1.838 | 2.427 | 0.047* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 299.145 | 0.748 | | |
| รวม | 399 | 306.498 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-54 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.3.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-55

ตารางที่ 4-55 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 10.842 | 2.710 | 3.966 | 0.004* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 269.936 | 0.683 | | |
| รวม | 399 | 280.777 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-55 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-56

ตารางที่ 4-56 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย | นักเรียน/ นักศึกษา | ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ |
|----------------------------|-----------|---------------------------|------------------------|------------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | 4.42 | 4.36 | 4.02 | 4.36 | 4.50 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 4.42 | - | 0.06 | 0.40* | 0.06 | 0.08 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.36 | | - | 0.34 | - | 0.14 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 4.02 | | | - | 0.34 | 0.48 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 4.36 | | | | - | 0.14 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 4.50 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-56 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4.3.3.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-57

ตารางที่ 4-57 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 4 | 13.591 | 3.398 | 4.451 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 395 | 301.519 | 0.763 | | |
| รวม | 399 | 315.110 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-57 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ให้ความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-58

ตารางที่ 4-58 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | \bar{X} | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน บริษัทเอกชน | ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย | นักเรียน/ นักศึกษา | ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ |
|----------------------------|-----------|---------------------------|------------------------|--|-----------------------|---------------------------|
| | | 4.27 | 4.23 | 3.88 | 4.22 | 4.60 |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 4.27 | - | 0.04 | 0.39 | 0.05 | 0.33 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 4.23 | | - | 0.35 | 0.01 | 0.37 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 3.88 | | | - | 0.34 | 0.72* |
| นักเรียน/นักศึกษา | 4.22 | | | | - | 0.38 |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 4.60 | | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-58 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพ ไม่ได้ประกอบอาชีพ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4.3.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-59

ตารางที่ 4-59 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของ นักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|--|---------|---------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของ นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม | 1.959 | 0.120 |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 3.153 | 0.025* |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | 4.526 | 0.004* |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | 2.675 | 0.047* |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | 2.515 | 0.058 |
| ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม | 3.032 | 0.029* |
| ด้านความปลอดภัย | 4.795 | 0.003* |
| ด้านราคา | 2.658 | 0.048* |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 3.341 | 0.019* |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | 0.605 | 0.612 |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | 0.757 | 0.519 |
| ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง | 5.388 | 0.001* |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | 2.083 | 0.102 |
| ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | 1.161 | 0.324 |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | 0.991 | 0.397 |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | 1.599 | 0.189 |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | 2.686 | 0.046* |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | 1.948 | 0.121 |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 1.691 | 0.168 |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | 0.814 | 0.487 |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | 1.809 | 0.145 |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | 1.408 | 0.240 |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | 2.217 | 0.086 |

ตารางที่ 4-59 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|---|---------|---------|
| ด้านการบริการ | 1.496 | 0.215 |
| ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก | 2.131 | 0.096 |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | 3.584 | 0.014* |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | 0.901 | 0.441 |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ | 0.746 | 0.525 |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | 0.712 | 0.545 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-59 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 7 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ความสะดวกของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย และความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ในรายด้านจำนวน 2 รายด้าน และรายข้อจำนวน 7 รายการ ดังนี้

4.3.4.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-60

ตารางที่ 4-60 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 3.280 | 1.093 | 3.153 | 0.025* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 137.317 | 0.347 | | |
| รวม | 399 | 140.598 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-60 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-61

ตารางที่ 4-61 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 4.00 | 4.05 | 4.15 | 4.25 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 4.00 | - | 0.05 | 0.15 | 0.25* |
| 10,000 - 20,000 บาท | 4.05 | | - | 0.10 | 0.20 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.15 | | | - | 0.10 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.25 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-62 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท

4.3.4.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-62

ตารางที่ 4-62 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 2.707 | 0.902 | 2.658 | 0.048* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 134.416 | 0.339 | | |
| รวม | 399 | 137.123 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-62 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-63 ตารางที่ 4-63 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 7.843 | 2.614 | 4.526 | 0.004* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 228.735 | 0.578 | | |
| รวม | 399 | 236.577 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-63 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-64

ตารางที่ 4-64 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 3.87 | 3.92 | 4.28 | 4.00 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 3.87 | - | 0.05 | 0.41* | 0.13 |
| 10,000 - 20,000 บาท | 3.92 | | - | 0.36* | 0.08 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.28 | | | - | 0.28 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.00 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-64 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท และกลุ่มรายได้ 10,000 - 20,000 บาท

4.3.4.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-65

ตารางที่ 4-65 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะอาดของโรงแรมห้องพักที่ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 4.533 | 1.511 | 2.675 | 0.047* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 223.707 | 0.565 | | |
| รวม | 399 | 228.240 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-65 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของความสะอาดของโรงแรม สำหรับห้องพักที่ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-66

ตารางที่ 4-66 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 5.302 | 1.767 | 3.032 | 0.029* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 230.795 | 0.583 | | |
| รวม | 399 | 236.098 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-66 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-67

ตารางที่ 4-67 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 4.03 | 3.95 | 4.03 | 4.30 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 4.03 | - | 0.08 | - | 0.27 |
| 10,000 - 20,000 บาท | 3.95 | | - | 0.08 | 0.35* |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.03 | | | - | 0.27 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.30 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-67 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ให้มีความสำคัญกับด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท

4.3.4.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-68

ตารางที่ 4-68 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 9.055 | 3.018 | 4.795 | 0.003* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 249.255 | 0.629 | | |
| รวม | 399 | 258.310 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-68 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้มีความสำคัญของด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-69

ตารางที่ 4-69 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 4.22 | 4.34 | 4.18 | 4.63 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 4.22 | - | 0.12 | 0.04 | 0.41* |
| 10,000 - 20,000 บาท | 4.34 | | - | 0.16 | 0.29 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.18 | | | - | 0.45* |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.63 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-69 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัย มากกว่ากลุ่มรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท และกลุ่มรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

4.3.4.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-70 ตารางที่ 4-70 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 5.405 | 1.802 | 3.341 | 0.019* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 213.532 | 0.539 | | |
| รวม | 399 | 218.938 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-70 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-71

ตารางที่ 4-71 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 9.978 | 3.326 | 5.388 | 0.001* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 244.462 | 0.617 | | |
| รวม | 399 | 254.440 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-71 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-72

ตารางที่ 4-72 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 3.73 | 3.76 | 3.88 | 4.17 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 3.73 | - | 0.03 | 0.15 | 0.44* |
| 10,000 - 20,000 บาท | 3.76 | | - | 0.12 | 0.41* |
| 20,001 - 30,000 บาท | 3.88 | | | - | 0.29 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.17 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-72 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท และกลุ่มรายได้ 10,000 - 20,000 บาท

4.3.4.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-73

ตารางที่ 4-73 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.061 | 2.020 | 2.686 | 0.046* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 297.817 | 0.752 | | |
| รวม | 399 | 303.877 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-73 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของบริษัทตัวแทนจำหน่าย โรงแรมที่พักที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-74

ตารางที่ 4-74 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.881 | 2.294 | 3.584 | 0.014* |
| ภายในกลุ่ม | 396 | 253.397 | 0.640 | | |
| รวม | 399 | 260.278 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-74 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ ให้ความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-75

ตารางที่ 4-75 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | \bar{X} | ไม่เกิน 10,000 บาท | 10,000 - 20,000 บาท | 20,001 - 30,000 บาท | 30,001 บาท ขึ้นไป |
|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| | | 3.94 | 4.17 | 4.08 | 4.29 |
| ไม่เกิน 10,000 บาท | 3.94 | - | 0.23 | 0.14 | 0.35* |
| 10,000 - 20,000 บาท | 4.17 | | - | 0.09 | 0.12 |
| 20,001 - 30,000 บาท | 4.08 | | | - | 0.21 |
| 30,001 บาท ขึ้นไป | 4.29 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-75 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท

4.3.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-76 ตารางที่ 4-76 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|--|---------|---------|
| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม | 9.741 | 0.000* |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 5.940 | 0.003* |
| คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | 2.560 | 0.079 |
| ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | 1.901 | 0.151 |
| คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก | 2.928 | 0.055 |
| ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม | 4.060 | 0.018* |
| ด้านความปลอดภัย | 7.684 | 0.001* |
| ด้านราคา | 3.093 | 0.046* |
| ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | 0.351 | 0.704 |
| ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | 3.268 | 0.039* |
| มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | 0.313 | 0.731 |
| ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง | 5.517 | 0.004* |
| ความสะดวกในการชำระค่าบริการ | 1.737 | 0.177 |

ตารางที่ 4-76 (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย | F-Value | P-Value |
|---|---------|---------|
| ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | 3.930 | 0.020* |
| มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย | 6.339 | 0.002* |
| ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | 1.830 | 0.162 |
| มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | 0.357 | 0.700 |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | 3.974 | 0.020* |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | 5.225 | 0.006* |
| มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย | 2.906 | 0.056 |
| มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | 1.824 | 0.163 |
| มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | 5.603 | 0.004* |
| มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | 5.966 | 0.003* |
| ด้านการบริการ | 11.133 | 0.000* |
| ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก | 9.228 | 0.000* |
| ความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ | 12.484 | 0.000* |
| ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | 6.231 | 0.002* |
| ความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ | 10.817 | 0.000* |
| มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | 2.914 | 0.055 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-76 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 12 รายการ ได้แก่ ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการ การลงทะเบียนเข้าพัก – ลงทะเบียนออก ความสามารถในการเรื่องทักษะการบริการ ความสามารถในการสื่อสารและการใช้ภาษาที่ถูกต้อง และความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษาโดยภาพรวม 1 รายการ ในรายด้านจำนวน 5 ราย ด้าน และรายชื่อจำนวน 12 รายการ ดังนี้

4.3.5.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-77

ตารางที่ 4-77 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|--------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 4.438 | 2.219 | 9.741 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 90.431 | 0.228 | | |
| รวม | 399 | 94.869 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-77 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-78

ตารางที่ 4-78 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.84 | 4.04 | 4.11 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.84 | - | 0.20* | 0.27* |
| ปริญญาตรี | 4.04 | | - | 0.07* |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.11 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-78 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาปริญญาตรี

4.3.5.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-79

ตารางที่ 4-79 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 4.085 | 2.043 | 5.940 | 0.003* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 136.512 | 0.344 | | |
| รวม | 399 | 140.598 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-79 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-80

ตารางที่ 4-80 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.96 | 4.12 | 4.29 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.96 | - | 0.16* | 0.33* |
| ปริญญาตรี | 4.12 | | - | 0.17 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.29 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-80 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-81

ตารางที่ 4-81 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 2.104 | 1.052 | 3.093 | 0.046* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 135.019 | 0.340 | | |
| รวม | 399 | 137.123 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-81 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านราคา ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.5.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านสถานที่การจัด
จำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่
4-82

ตารางที่ 4-82 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 2.838 | 1.419 | 3.930 | 0.020* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 143.381 | 0.361 | | |
| รวม | 399 | 146.219 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-82 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านสถานที่การจัด
จำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นราย
คู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-83

ตารางที่ 4-83 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.82 | 3.99 | 3.99 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.82 | - | 0.17* | 0.17* |
| ปริญญาตรี | 3.99 | | - | - |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 3.99 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-83 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านสถานที่
การจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี
และระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับด้านสถานที่การจัดจำหน่าย มากกว่า
กลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านส่งเสริม
การตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-84
ตารางที่ 4-84 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 5.744 | 2.872 | 5.225 | 0.006* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 218.248 | 0.550 | | |
| รวม | 399 | 223.992 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-84 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านส่งเสริม
การตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็น
รายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-85

ตารางที่ 4-85 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.72 | 3.96 | 4.00 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.72 | - | 0.24* | 0.28 |
| ปริญญาตรี | 3.96 | | - | 0.04 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.00 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-85 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญกับด้านส่งเสริมการตลาด มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-86

ตารางที่ 4-86 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 10.158 | 5.079 | 11.133 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 181.122 | 0.456 | | |
| รวม | 399 | 191.280 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-86 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-87

ตารางที่ 4-87 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.91 | 4.24 | 4.27 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.91 | - | 0.33* | 0.36* |
| ปริญญาตรี | 4.24 | | - | 0.03 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.27 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-87 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับการบริการ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-88

ตารางที่ 4-88 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 4.732 | 2.366 | 4.060 | 0.018* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 231.366 | 0.583 | | |
| รวม | 399 | 236.097 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-88 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.5.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-89

ตารางที่ 4-89 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 9.626 | 4.813 | 7.684 | 0.001* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 248.684 | 0.626 | | |
| รวม | 399 | 258.310 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-89 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-88

ตารางที่ 4-90 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 4.12 | 4.41 | 4.54 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.12 | - | 0.29* | 0.42* |
| ปริญญาตรี | 4.41 | | - | 0.13 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.54 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-90 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัย มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-91

ตารางที่ 4-91 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 3.660 | 1.830 | 3.268 | 0.039* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 222.340 | 0.560 | | |
| รวม | 399 | 226.000 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-91 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.5.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-92

ตารางที่ 4-92 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 6.880 | 3.440 | 5.517 | 0.004* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 247.560 | 0.624 | | |
| รวม | 399 | 254.440 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-92 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-93

ตารางที่ 4-93 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.70 | 3.87 | 4.17 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.70 | - | 0.17 | 0.47* |
| ปริญญาตรี | 3.87 | | - | 0.30 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.17 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-91 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.11 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-92

ตารางที่ 4-94 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 9.080 | 4.540 | 6.339 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 284.357 | 0.716 | | |
| รวม | 399 | 293.437 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-94 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-95

ตารางที่ 4-95 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจ้องห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.75 | 4.02 | 4.20 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.75 | - | 0.27* | 0.45* |
| ปริญญาตรี | 4.02 | | - | 0.18 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.20 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-95 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของวิธีการจ้องห้องพักที่หลากหลาย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับวิธีการจ้องห้องพักที่หลากหลาย มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.12 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-96

ตารางที่ 4-96 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 6.219 | 3.110 | 3.974 | 0.020* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 310.658 | 0.783 | | |
| รวม | 399 | 316.878 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-96 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-97

ตารางที่ 4-97 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.87 | 4.13 | 3.97 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.87 | - | 0.26* | 0.10 |
| ปริญญาตรี | 4.13 | | - | 0.16 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 3.97 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-97 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของอยู่ใกล้กับ
สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับ
การศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา
ปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่า
ปริญญาตรี

4.3.5.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดโปรโมชั่น
พิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
ของการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับ
การศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-98

ตารางที่ 4-98 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของ
การจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ
ด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 8.287 | 4.143 | 5.603 | 0.004* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 293.553 | 0.739 | | |
| รวม | 399 | 301.840 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-98 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของการจัดโปรโมชั่น
พิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้
ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-99

ตารางที่ 4-99 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดโปรโมชันพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.80 | 4.07 | 4.20 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.80 | - | 0.27* | 0.40* |
| ปริญญาตรี | 4.07 | | - | 0.13 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.20 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-99 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดโปรโมชันพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชันพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.14 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-100

ตารางที่ 4-100 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 12.325 | 6.163 | 5.966 | 0.003* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 410.065 | 1.033 | | |
| รวม | 399 | 422.390 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-100 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-101

ตารางที่ 4-101 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.63 | 4.00 | 3.83 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.63 | - | 0.37* | 0.20 |
| ปริญญาตรี | 4.00 | | - | 0.17 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 3.83 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-101 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 1 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.15 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-102

ตารางที่ 4-102 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 11.095 | 5.547 | 9.228 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 238.655 | 0.601 | | |
| รวม | 399 | 249.750 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-102 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-103

ตารางที่ 4-103 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.86 | 4.20 | 4.20 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.86 | - | 0.34* | 0.34* |
| ปริญญาตรี | 4.20 | | - | 0.00 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.20 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-103 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 มีจำนวน 2 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.16 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-104

ตารางที่ 4-104 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 15.400 | 7.700 | 12.484 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 244.877 | 0.617 | | |
| รวม | 399 | 260.277 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-104 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-105

ตารางที่ 4-105 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.83 | 4.21 | 4.34 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.83 | - | 0.38* | 0.51* |
| ปริญญาตรี | 4.21 | | - | 0.87 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.34 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-105 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท หรือ สูงกว่า ให้ความสำคัญกับความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.17 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-106

ตารางที่ 4-106 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 8.275 | 4.138 | 6.231 | 0.002* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 263.635 | 0.664 | | |
| รวม | 399 | 271.910 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-106 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-107

ตารางที่ 4-107 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 3.80 | 4.10 | 4.06 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.80 | - | 0.30* | 0.26 |
| ปริญญาตรี | 4.10 | | - | 0.04 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.06 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-107 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.3.5.18 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-108

ตารางที่ 4-108 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

| แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F-Value | P-Value |
|------------------|-----|---------|-------|---------|---------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2 | 14.509 | 7.255 | 10.817 | 0.000* |
| ภายในกลุ่ม | 397 | 266.268 | 0.671 | | |
| รวม | 399 | 280.777 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-108 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4-109

ตารางที่ 4-109 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | ปริญญาโท หรือ สูงกว่า |
|-----------------------|-----------|------------------|-----------|-----------------------|
| | | 4.05 | 4.44 | 4.43 |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.05 | - | 0.39* | 0.38* |
| ปริญญาตรี | 4.44 | | - | 0.01 |
| ปริญญาโท หรือ สูงกว่า | 4.43 | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-109 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาโท หรือ สูงกว่า

ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อความที่เป็นปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี

ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อความที่เป็นปลายเปิด ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี มีจำนวน 1 ข้อ ดังนี้

4.4.1 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี

ต่อไปนี้เป็นตารางเรียงลำดับค่าความถี่ของข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการโรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรีดังนี้

| ลำดับที่ | สิ่งที่ควรปรับปรุง | ความถี่ |
|----------|--|---------|
| 1 | การบริการที่ดีต้องปรับปรุง | 3 |
| 2 | การแนะนำการให้บริการของโรงแรม เช่น ป้ายโฆษณา การติดต่อโปรโมชัน เว็บไซต์ เป็นต้น | 2 |
| 3 | ราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีการรักษาความปลอดภัยให้ดีที่สุด มีโปรโมชันในช่วงเทศกาล | 1 |
| 4 | มีบริการนันทนาการเพิ่มขึ้น | 1 |
| 5 | เพิ่มความสะดวกเรื่องรถรับ-ส่งลูกค้า | 1 |
| 6 | จัดให้มีสัญญาณเตือนภัยทุกห้องโดยใช้กริ่ง | 1 |
| 7 | โรงแรมในจังหวัดปราจีนบุรีมีอยู่น้อย จึงไม่มีการแข่งขันในการบริการ ถ้ายังไม่มีความมาตรฐานเท่าที่ควร | 1 |
| 8 | ควรมีป้ายราคาแสดงราคาให้ชัดเจน | 1 |
| 9 | โรงแรมยังมีน้อยควรเพิ่มโรงแรมให้มากขึ้น | 1 |
| 10 | สิ่งอำนวยความสะดวกควรมีอย่างครบถ้วนและอย่างเหมาะสม | 1 |
| 11 | มาตรฐานการบริการควรดีกว่านี้ | 1 |

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี โดยตั้งวัตถุประสงค์ของงานวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไป
3. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง พัฒนาการให้บริการของโรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี ในช่วงเดือนมิถุนายน ถึงเดือนสิงหาคม 2553 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการของโรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ ปรากฏว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.935 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี จนครบจำนวนที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าร้อยละสำหรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี วิเคราะห์โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test สำหรับสถานภาพด้านอายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของโรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้การวิเคราะห์โดยเครื่องคอมพิวเตอร์

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 อายุ 25-35 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 40.00 และระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 การพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก ผลการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นรายชื่อ 5 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท/บุคลิกภาพในการให้บริการ มาตรฐานโดยรวมของการบริการ ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ และความสะดวกในเรื่องการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก

5.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 โดยด้านความปลอดภัย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสะอาดของ โรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 โดยมีปัจจัยในด้านความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความสะดวกในการชำระค่าบริการ มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 โดยมีปัจจัยในด้านความสะดวกในการเดินทางมายัง โรงแรมที่พัก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อยู่

ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย ตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 โดยมีปัจจัยในการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ มีการแจกของที่ระลึกพิเศษ สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยมีปัจจัยในด้านความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ ความสามารถในการเรื่องทักษะการบริการ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก ตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง

5.1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

5.1.3.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่การจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 7 รายการ ได้แก่ ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย

5.1.3.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ พบว่า ปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่การจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 9 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ความสะอาดของโรงแรม สำหรับห้องพักที่ให้บริการ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ด้านความปลอดภัย ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน ความสะดวกในการชำระค่าบริการ ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก และความเหมาะสมในเรื่องมารยาท/บุคลิกภาพในการบริการ

5.1.3.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านราคา และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม ป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน วิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย การจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ ความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ และมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ

5.1.3.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 รายการ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก ความสะอาดของโรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ ด้านกายภาพของที่พักและสิ่งแวดลอม ด้านความปลอดภัย ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน

ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย และความสามารถในเรื่องทักษะการบริการ

5.1.3.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 12 รายการ ได้แก่ ด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ ความคุ้มค่าของราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก-ลงทะเบียนออก ความสามารถในการบริการ ความสามารถในการสื่อสารและการใช้ภาษาที่ถูกต้อง และความเหมาะสมในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการ

5.1.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด ที่ได้จากแบบสอบถามแบบปลายเปิดสรุปได้ดังนี้

5.1.4.1 สิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ โรงแรมในจังหวัดปราจีนบุรียังมีน้อย ควรมีการสนับสนุนให้มีมากเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการทั่วไป ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบตามมาตรฐานของโรงแรม จัดให้มีสัญญาณเตือนภัยทุกห้องโดยใช้กริ่ง และควรมีรถรับส่งนักท่องเที่ยว ควรปรับปรุงมาตรฐานการบริการที่มีให้มากกว่าเดิม และการบริการควรเพิ่มความเป็นกันเองมากยิ่งขึ้นด้วย

5.1.4.2 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ได้แก่ ราคาอยู่ในระดับปานกลาง ควรมีโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล และมีป้ายแสดงราคามาตรฐานให้ชัดเจน การแนะนำการให้บริการของโรงแรม เช่น ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ การติดต่อกลับ โปรโมชั่นต่างๆ เป็นต้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบข้อเท็จจริงซึ่งควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยในด้านความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (โกศล, 2550: บทคัดย่อ) พบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ เพราะเห็นว่าเกสต์เฮาส์คุ้มค่าเงินที่จ่าย เป็นอันดับแรก

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยในการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลพิเศษ เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดที่มีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์การจัดกิจกรรมหรือเทศกาลพิเศษเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยที่สำคัญในด้านความสะดวกในการเดินทางมายัง โรงแรมที่พัก และอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร (จิระภรณ์ และวชิรา, 2551: บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ได้แก่ โรงแรมแบบประหยัดง่ายต่อการเข้าพัก และสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: โรงแรมแบบประหยัดจังหวัดปราจีนบุรีคณะผู้ทำวิจัยขอเสนอแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของโรงแรมแบบประหยัดในจังหวัดปราจีนบุรี ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก ได้แก่ ข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.3.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด

ด้านผลิตภัณฑ์

ก) การรักษาความปลอดภัย โรงแรมควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานและครอบคลุมทุกส่วนของโรงแรม ได้แก่ ห้องพัก บริเวณที่พักผ่อนต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อป้องกันอันตรายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักทั้งทางด้านทรัพย์สินและร่างกายของนักท่องเที่ยวเพราะความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจในการเข้าพัก

ข) การรักษาความสะอาดส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม และ ด้านห้องพักควรมีมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอและมีการจัดระบบขั้นตอนการทำความสะอาดที่ถูกต้องตามหลักมาตรฐานสากลของที่พักเพื่อให้ระบบงานนั้นมีประสิทธิภาพ

ค) ภายนอกของห้องพักควรมีความสะอาดสวยงามพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ครบครันและมีคุณภาพที่เหมาะสมแก่ห้องพัก และมีการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมให้มีความสะอาด สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีต่อการพักผ่อนเพราะสามารถสร้างบรรยากาศและภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมได้

ง) การจัดระบบการให้บริการด้านห้องพักควรมีคุณภาพทั้งด้านบุคลากรที่ให้บริการและระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การทำงานนั้นมีความสอดคล้องกันตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

จ) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีคุณภาพที่ดี และจำนวนที่เพียงพอต่อการรองรับในบริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมและตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเหมาะสมกับลักษณะของประเภทที่พักด้วย

ฉ) การจัดทำระบบสัญญาณเตือนภัยในบริเวณต่าง ๆ ของโรงแรมเพื่อใช้ในการเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพักเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อน เช่น อัคคีภัย เป็นต้น และระบบสัญญาณนั้นจะต้องมีการทำงานที่มีคุณภาพสามารถเตือนภัยได้อย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้งสัญญาณกริ่งบริเวณห้องพักที่มีความดังที่ชัดเจน การติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับควันใช้สำหรับระบบป้องกันอัคคีภัย

ด้านราคา

ก) การตั้งราคาของห้องพักควรมีความเหมาะสมต่อคุณภาพที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเข้าพักด้วยเพื่อเป็นการไม่สร้างความเอาเปรียบแก่นักท่องเที่ยวเพราะสิ่งนี้เป็นเรื่องที่สำคัญของการตัดสินใจในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวและเป็นจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ

ข) การจัดทำระบบขึ้นตอนการชำระค่าบริการที่สะดวกและรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพแก่นักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดการล่าช้าต่อการทำงานซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจและไม่อยากใช้บริการครั้งต่อไปได้

ค) การแสดงราคาของห้องพักหรือบริการต่าง ๆ ของโรงแรมควรมีการแสดงราคาอย่างถูกต้อง และ ชัดเจน ได้แก่ ป้ายแสดงราคาสินค้า บริการ และ ใบประกาศโฆษณา ต่างๆ เป็นต้น เพื่อความถูกต้องในการสื่อสารและป้องกันความผิดพลาด และการเข้าใจผิดเรื่องราคาค่าบริการกับนักท่องเที่ยวได้

ง) ความคุ้มค่าของราคาสินค้า และ บริการนั้น มีส่วนสำคัญเพราะ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเอาราคาดังกล่าวไปเปรียบเทียบกับโรงแรมอื่น ๆ ได้ ดังนั้นในการกำหนดราคาควรคำนึงถึงความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งจะต้องแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าโรงแรมนั้นมีจุดเด่นด้านราคาและความคุ้มค่ากว่าคู่แข่งรายอื่นอย่างไร

จ) การกำหนดราคาให้เหมาะสมตรงตามมาตรฐานของประเภทโรงแรม และต้องคำนึงถึงกำลังจ่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักว่าสามารถมีกำลังจ่ายค่าบริการดังกล่าวได้หรือไม่ หรืออาจจะกำหนดราคาที่หลากหลายตามมาตรฐานของการบริการเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ นักท่องเที่ยวและช่วยเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย

ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย

ก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมายังโรงแรม ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในเรื่องรถรับ – ส่งนักท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ โดยอาจจะมีการกำหนดราคาเพิ่ม ในกรณีที่ไปส่งนักท่องเที่ยวเกินที่กำหนดไว้หรือการเช่า-ยืมยานพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น เพราะส่วนนี้จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้

ข) สถานที่ตั้งของโรงแรมควรอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อสร้างจุดขายให้แก่โรงแรม ควรมีข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและบุคคลากรที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบครันรวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยว

ค) ควรมีช่องทางในการจองห้องพักที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวก และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกที่สุด ได้แก่ การจองผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์ หรือการเดินทางเข้ามาจองด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง เป็นต้น โดยจะต้องมีระบบการจองห้องพักที่เป็นมาตรฐานและรวดเร็วในการให้บริการ

ง) มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมหรือที่พักที่หลากหลาย เพื่อสร้างเครือข่ายในการทำงานถือว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการจัดหานักท่องเที่ยวในการเข้าพักและอำนวยความสะดวกในการจองห้องพักของนักท่องเที่ยว โดยจะต้องชี้แจงกับบริษัทดังกล่าวในเรื่องราคาค่าบริการหรือที่พักของโรงแรมให้ชัดเจนรวมทั้งเรื่องการจัดทำสัญญาในเรื่องค่านายหน้าของบริษัทนั้นจะได้รับจากโรงแรมตามความเหมาะสม

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ก) ควรมีการจัดทำโปรโมชั่นเพราะสิ่งนี้ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้อย่างมากและเป็นการส่งเสริมการตลาดของโรงแรม โดยสามารถทำได้ในช่วงพิเศษเวลาต่าง ๆ ได้แก่ เทศกาลต่าง ๆ ที่สำคัญ หรือช่วงเวลาตามที่โรงแรมนั้นกำหนดไว้ เป็นต้น โดยโปรโมชั่นที่จัดทำนั้นอาจจะนำเสนอในเรื่องของราคาที่พิเศษกว่าปกติหรืออาจจะมีการจัดสิ่งพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าที่พัก ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณค่ากว่าการพักในช่วงเวลาธรรมดาหรือการจ่ายค่าบริการในอัตราปกติทั่วไป

ข) ควรมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมในช่วงเทศกาลที่สำคัญต่าง ๆ ได้แก่ เทศกาลลอยกระทง เทศกาลสงกรานต์ หรือ การจัดกิจกรรมสาดน้ำรดน้ำคำหัวผู้ใหญ่ ให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยในบางครั้งโรงแรมก็อาจจะจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นมาในช่วงเวลาหนึ่งเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวก็ได้

ค) โรงแรมควรจัดทำของที่ระลึกพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเพื่อเป็นการแสดงถึงสินน้ำใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่โรงแรมมีให้แก่นักท่องเที่ยว โดยของที่ระลึกอาจจะจัดทำให้มีเอกลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ว่าเคยมาพักที่นี่รวมทั้งสามารถใช้เป็นสื่อในการโฆษณาโรงแรมได้เพราะของที่ระลึกจะมีชื่อของโรงแรม ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวอื่น ๆ พบเห็นก็จะก่อให้เกิดการพูดถึงได้ในลักษณะปากต่อปาก

ง) โรงแรมควรมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่หลากหลายเพื่อเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง โดยรูปแบบในการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นมีมากมาย เช่น ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ ทิวทัศน์ เป็นต้น ในการเลือกวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและต้นทุนของโรงแรมด้วย ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการแนะนำการบริการต่าง ๆ ของโรงแรม ดังนั้นเนื้อหาที่นำเสนอควรมีความถูกต้องและชัดเจน

ด้านการบริการ

ก) ควรให้ความสำคัญในเรื่องมารยาทและบุคลิกภาพในการให้บริการของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว เพราะส่วนนี้มีความสำคัญมากซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่

มีต่อการเข้าพักของโรงแรมและเป็นอีกสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักในครั้งต่อไป โดยอาจจะมี การจัดอบรมแก่พนักงานในด้านมารยาทและบุคลิกภาพที่ถูกต้องเพื่อให้การบริการนั้นออกมาดี ที่สุด

ข) การบริการของโรงแรมควรมีมาตรฐานตามหลักสากลหรือที่โรงแรมนั้น กำหนดไว้ หรือโดยมาตรฐานโดยรวมของการให้บริการต้องมีคุณภาพและมีความเสมอภาคกัน คือ ไม่ลำเอียงในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาการบริการ เพิ่มขึ้นไปเรื่อยอยู่ตลอดเวลา อย่าหยุดอยู่กับที่เพื่อสร้างความประทับใจและแสดงถึงความเอาใจใส่ แก่นักท่องเที่ยว

ค) ควรมีการเพิ่มทักษะการบริการที่ถูกต้องให้แก่พนักงานต่าง ๆ ของ โรงแรม ได้แก่ การต้อนรับ การเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น เพื่อให้การบริการนั้นมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาจจะมีการอบรมทักษะการบริการต่าง ๆ ให้แก่พนักงานซึ่งสามารถนำมาใช้ในการทำงานจริง ๆ ได้

ง) ควรมีการบริการในด้านการลงทะเบียนเข้า - ออกห้องพักที่สะดวกและ รวดเร็ว โดยจะต้องมีระบบขั้นตอนการลงทะเบียนและการแบ่งหน้าที่ของพนักงานให้มีความ สอดคล้องกันเพื่อรักษาเวลาในการทำงาน บางครั้งอาจจะมีการเพิ่มช่องทางพิเศษในการลงทะเบียน เข้า - ออกห้องพักสำหรับแขกพิเศษหรือแขกวีไอพีโดยเฉพาะ

จ) พนักงานบริการต่าง ๆ ต้องมีความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ ภาษาที่ถูกต้องเพื่อความเข้าใจในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น โรงแรมควรจัดให้มีการอบรม ด้านการใช้ภาษาที่ถูกต้องแก่พนักงาน และพนักงานก็ควรมีการปรับปรุง พัฒนาด้านความถูกต้องใน การใช้ภาษาด้วยเช่นกัน

ฉ) ควรมีการบริการที่เป็นกันเองกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเป็นมิตรที่ดี ต่อกันและช่วยให้การบริการนั้นเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งเป็นการสร้างความรู้สึ กอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาพักที่โรงแรม ได้แก่ การทักทายที่ยิ้มแย้มแจ่มใส การให้ความช่วยเหลือ แก่นักท่องเที่ยวเมื่อมีปัญหา หรือการแสดงความเอาใจใส่ เป็นต้น

5.3.1.2 จังหวัดปราจีนบุรี

ก) ควรมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพของโรงแรมแบบประหยัดเพื่อใช้ เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงโรงแรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมาตรฐานที่ กำหนดนั้นควรครอบคลุมในทุก ๆ ด้านของ โรงแรม ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านราคา เป็นต้น

ข) ควรมีการจัดตั้งองค์การที่รวบรวมกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแบบ ประหยัดเพื่อร่วมกันหารือถึงปัญหาต่าง ๆ หรือแนวทางการพัฒนาธุรกิจประเภทดังกล่าว ได้แก่ การ กำหนดราคา การเอารถเช่าเปรียบนักท่องเที่ยว และอื่น ๆ เนื่องจากจังหวัดปราจีนบุรีนั้นยังมีจำนวน ของโรงแรมไม่มากนักจึงควรที่จะร่วมกันวางมาตรฐานของ โรงแรมให้มีประสิทธิภาพมากกว่าการ ที่จะมาแข่งขันกันเอง

ค) ควรให้การส่งเสริมในการประกอบธุรกิจดังกล่าว เนื่องจากจำนวนของ โรงแรมนั้นยังมีจำนวนน้อยและอาจจะไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและธุรกิจนี้ถือว่าเป็น ส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้แก่ประชากรของจังหวัดปราจีนบุรีรวมทั้งจังหวัด ปราจีนบุรีได้ประกาศว่าเป็นเมืองด้านการท่องเที่ยวดังนั้นโรงแรมแบบประหยัดจึงมีส่วนสำคัญต่อ ระบบการท่องเที่ยวเพราะเป็นที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมด้าน การตลาดในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ช่วยในเรื่องการกระจายข่าวสารของ โรงแรมแบบ ประหยัด ได้แก่ การชักชวนเข้าร่วมกิจกรรมของจังหวัดปราจีนบุรีในเทศกาลต่าง ๆ หรือการเข้าร่วม เป็นผู้สนับสนุนในการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

5.3.2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านทัศนคติ ด้านความพึงพอใจ ด้านพฤติกรรม หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัด โดยการทำแบบสอบถามให้มีรายละเอียดที่เจาะลึกมาก ขึ้นและครอบคลุมเนื้อหางานวิจัยเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายความคิดมากยิ่งขึ้นรวมทั้ง นักท่องเที่ยวมีหลากหลายเชื้อชาติ ดังนั้นสามารถที่จะทำงานวิจัยให้ขยายกว้างเพิ่มมากขึ้นได้

5.3.2.2 เนื่องจากประเทศไทยมีโรงแรมแบบประหยัดตามจังหวัดต่าง ๆ อีกจำนวน มากควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเชียงใหม่ หรือ จังหวัดอื่นๆ ที่มีศักยภาพด้านการรองรับที่พักแรม และ การ ท่องเที่ยว เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 8. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว. ปราจีนบุรี: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551.

โกศล วัชรโรจน. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

ขจิต กอบเดช. งานโรงแรม : งานแม่บ้านในโรงแรมและสถาบันอื่นๆ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2535.

จิระภรณ์ เรืองสุขนิรันดร์, วชิรา ลำสิงห์. “การศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัดถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2551.

ชนะ เกษมโกศล. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขต, 2542.

ธานีนท์ ศิลปจารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี, 2548.

ปรีชา แดงโรจน์. การบริหารจัดการและปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21 ฉบับผู้บริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : เอส.อาร์.พรีนติ้ง, 2549.

ภัสร์ ศิลปศรีกุล. “การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร.” ผลงานวิจัย ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. “การให้การจูงใจ.” เอกสารประกอบการสอน วิชา 963 214 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, 2545.

อนุวัฒน์ ศุภชุตikul. ขั้นตอนการทำกิจกรรมพัฒนาคุณภาพ รูปแบบสำหรับบริการสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล, 2542.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถามชุดที่

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขต ปราณบุรี

ชื่อเรื่องงานวิจัย : การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : โรงแรมแบบประหยัด จังหวัดปราจีนบุรี

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ต้องการ แต่ละข้อให้เลือกเพียง
ตัวเลือกเดียว กรุณาตอบทุกข้อ

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี 2. 25 - 35 ปี
 3. 36 - 45 ปี 4. 45 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานบริษัทเอกชน
 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4. นักเรียน/นักศึกษา
 5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ

4. ระดับรายได้ต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,000 - 20,000 บาท
 3. 20,001 - 30,000 บาท 4. 30,001 บาท ขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท หรือ สูงกว่า

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี

คำชี้แจง กรุณาระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบประหยัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ตามลำดับดังนี้ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) | | | | | |
| 6. คุณภาพการให้บริการด้านห้องพัก | | | | | |
| 7. ความสะอาดของ โรงแรมสำหรับห้องพักที่ให้บริการ | | | | | |
| 8. คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น ทีวี, ตู้เย็น, เครื่องปรับอากาศ, เครื่องทำน้ำอุ่น, โทรศัพท์ | | | | | |
| 9. ด้านกายภาพของที่พัก และสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 10. ด้านความปลอดภัย | | | | | |
| 2. ด้านราคา | | | | | |
| 11. ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน | | | | | |
| 12. ความเหมาะสมด้านราคากับคุณภาพที่ได้รับ | | | | | |
| 13. มีป้ายแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน | | | | | |
| 14. ความคุ้มค่าของราคา เปรียบเทียบกับคู่แข่ง | | | | | |
| 15. ความสะดวกในการชำระค่าบริการ เช่น ชำระเงินด้วยเงินสด และบัตรเครดิต | | | | | |
| 3. ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย | | | | | |
| 16. มีวิธีการจองห้องพักที่หลากหลาย เช่น ทางโทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 17. ความสะดวกในการเดินทางมายังโรงแรมที่พัก | | | | | |
| 18. มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายโรงแรมที่พักที่หลากหลาย | | | | | |
| 19. อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ | | | | | |

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบประหยัด ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดปราจีนบุรี | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. ด้านส่งเสริมการตลาด | | | | | |
| 20. มีวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ, โบว์ชัวร์ และอินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 21. มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ | | | | | |
| 22. มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านราคา และอื่นๆ ตามเทศกาลต่างๆ | | | | | |
| 23. มีการแจกของที่ระลึกพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ | | | | | |
| 5. ด้านบริการ | | | | | |
| 24. ความสะดวกรวดเร็ว ในการบริการการลงทะเบียนเข้าพัก - ลงทะเบียนออก | | | | | |
| 25. ความสามารถในการให้บริการ | | | | | |
| 26. ความสามารถในการสื่อสาร และการใช้ภาษาที่ถูกต้อง | | | | | |
| 27. ความเหมาะสมในเรื่องมารยาท และบุคลิกภาพในการให้บริการ | | | | | |
| 28. มาตรฐานโดยรวมของการให้บริการ | | | | | |

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

คำชี้แจง กรุณาใส่ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านต้องการให้โรงแรมแบบประหยัด ในจังหวัดปราจีนบุรี มีการปรับปรุง และพัฒนา

.....

.....

.....

.....

๙ ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ **๙**