

**ชื่อเรื่อง** ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม  
ธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา

**ผู้ศึกษาค้นคว้า** มาลิน เมธียนนท์

**ที่ปรึกษา** ดร. อัญภักดิ์ ประพันธ์เนติวุฒิ

**ประเภทสารนิพนธ์** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ  
การท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

**คำสำคัญ** .....

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการวางแผนการตลาด และพัฒนากิจการโรงแรมสำหรับผู้ประกอบการโรงแรม ตลอดจนผู้สนใจในธุรกิจโรงแรมให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาด (7Ps) กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 226 คนมีอายุระหว่าง 31-35 ปี ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 161 คน มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 133 คน
2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างยิ่งใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตวัฒนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการทำงาน มีระบบในการดูแลรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยม ห้องพักรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง เช่น ทีวี ตู้เย็น อินเทอร์เน็ต การตกแต่งห้องพักได้ลงตัวเหมาะสม สามารถชำระค่าห้องพักด้วยบัตรเครดิต การมีพนักงานแนะนำ / เสนอขาย และมีระบบการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีบริการที่รวดเร็วทันใจ บริการถูกต้อง ครบถ้วน พนักงานมีริยามารยาทในการให้บริการ เอาใจใส่ และอำนวยความสะดวก สะดวกให้ การมีห้องพักหลายระดับราคาให้เลือก ในพื้นที่โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องคาราโอเกะ ผับ คาเฟ่ เป็นต้น พนักงานมีบุคลิกภาพการแต่งกาย และพูดจาดี มนุษย์สัมพันธ์ดี โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น สระน้ำ ฟิตเนส ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง เป็นต้น โรงแรมอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ การคมนาคมและเดินทาง และมีบริการพิเศษสำหรับสมาชิก หรือลูกค้าประจำ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ส่วนการบริการคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป และโรงแรมหาได้ง่าย มีทางเข้าออกสะดวก มีการจัดสถานที่จอดรถเพียงพอ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมาก

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูงในด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านราคา และด้านพนักงาน