

ส่วนการจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามอาชีพพบว่า ชาวไทยทุกประเภทอาชีพมีความเห็นพ้องเช่นเดียวกันว่าอัตราค่าห้องพัก เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้โรงแรม ส่วนชาวต่างประเทศนั้นมีความเห็นแตกต่างกันบ้างในบางกลุ่มอาชีพ อาทิเช่น ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ที่ทำงานประเภทห้างร้าน/บริษัทเอกชน มองว่าสภาพห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้โรงแรม แต่ผู้ที่ทำงานประเภทรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยมากกว่า ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่น ๆ ใช้ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเมื่อเลือกใช้โรงแรม

ประการสุดท้ายเป็นการจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามรายได้ ผลการศึกษาพบว่าชาวไทยไม่ว่าจะมีระดับรายได้เท่าใดก็ตามต่างมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่าอัตราค่าห้องพักนั้น เป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่คุณใช้พิจารณา ส่วนชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน ใช้ข้อมูลด้านอัตราค่าห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่ใช้ตัดสินใจ ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 3,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป ให้ความสำคัญของสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยอื่น

ผลการศึกษาในกลุ่มผู้บริหารกิจการโรงแรมพบว่า ผู้บริหารกิจการโรงแรมคิดว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ในที่นี้หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมจัดไว้ให้ ท่าเลที่ตั้งของโรงแรมที่ก่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อหรือการเดินทางนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภครู้สึกตัดสินใจเลือกใช้โรงแรม ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการต้อนรับของพนักงานหรือการบริการ ปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพัก ปัจจัยด้านสภาพห้องพักและปัจจัยด้านระบบความปลอดภัย ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังได้ทำการศึกษาถึงสื่อที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งสื่อที่ว่านี้ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการส่งข้อมูลและข่าวสารไปยังผู้บริโภคอันจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคต่อไป จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยได้รับอิทธิพลเพื่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมจากสื่อประเภท นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนชาวต่างประเทศนั้นได้รับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากโรงแรมจากสื่อประเภทสื่อสารสนเทศมากที่สุด

Independent Study Title	Factors Affecting the Choice of Hotels in Amphoe Muang , Changwat Chiang Mai		
Author	Mr.Krith Karnjanakitti		
M.Econ.	Economics		
Examining Committee :	Associate Prof. Dr. Luechai	Chulasai	Chairperson
	Dr. Sangkom	Suwannarat	Member
	Assistant Prof. Dr. Sasipen	Phuangaichai	Member

Abstract

This study was conducted to find the factors affecting the customer's decision to use the service of the hotel. The five factors to be determined in this study were, convenience, room rate, room condition, service, and security. The sample from, 90 foreign customers, 90 Thai customers and 15 hotel executives were interviewed.

The result from the customers showed that Thai people considered the room rate was the most important when choosing a hotel while foreigners realized that room rate did not count but it was the room condition that was taken in to account as the most significant factor. When the respondents were classified according to their age, it was found that Thai people in all ages still thought of room rate as the first factor to consider. For the foreigners, those who were under 25 also realized that room rate was important while the other who were 25 up concerned with the room condition rather than other factors.

It was also found that when classifying the respondents by their careers, Thai people from all walks of life agreed that the room rate played the most important role in customers' decision while foreigners from different careers had various ideas. For example, those who had their ownership or worked company-corporation agreed that the room condition was the first factor for making decision while people who worked in government organization put the

emphasis on security and those from other careers realized the importance of room rate as their main factor.

The last classification of the respondents was by their income. The result of the study showed that all Thai customers from every level of income still focused on the room rate when choosing a hotel. However, for the foreigners, though those whose income was less than US\$ 3,000 per month considered the room rate the most important, the other whose income was more than US\$ 3,000 realized the importance of room condition rather than other factors.

The result from the hotel executives suggested that convenience which, in this case, means the amenities provided by the hotel and location which facilitate transportation were the most important factor for the customers when making decisions. Service, room rate, room condition and security were factors that they took into account respectively in order of importance.

Besides, the media that influence customers when deciding have also been studied in this research. Media, in this case, are the channels in sending information to the customers leading to their decision in buying. It was found that Thai customers were mostly influenced by tourist magazines as this type of media inform its target with more detailed & clearer information than other media. Foreigners, on the other hand, were mostly influenced by technology information system media when choosing a hotel.