

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) เท่ากันทุกโรงแรม โดยโรงแรมที่เลือกเก็บตัวอย่างเป็น โรงแรมมาตรฐานในระดับ 3 และ 4 ดาว ที่อยู่บริเวณชายหาดของเทศบาลอำเภอชะอำ มีจำนวนทั้งสิ้น 4 โรงแรม และในแต่ละโรงแรมใช้จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมดังกล่าว จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาได้กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมมาตรฐานในระดับ 3 และ 4 ดาว ที่อยู่บริเวณชายหาดของเทศบาลอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 4 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมเมธาวลัย โรงแรมลองบีชชะอำ โรงแรมเจมส์ชะอำ โรงแรมมาร์คแลนด์ จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพหลักเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ในรอบ 1 ปี เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 1 - 2 ครั้ง ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน นิยมไปท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ ใช้บริการห้องพักราคาประมาณ 1,001 - 2,000 บาท และได้รับข้อมูลข่าวสารจากบุคคลแนะนำ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในห้องพัก

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ อัตราค่าห้องพัก ราคาต่ำกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน การให้ส่วนลดเมื่อพักหลายคืน การให้ส่วนลด เมื่อพักในวันราชการปกติ และราคาอาหารของโรงแรม

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สามารถมองเห็นวิวชายทะเล สถานที่ตั้ง และสถานที่จอดรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ความเอาใจใส่ของพนักงาน ความรวดเร็วของพนักงาน มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน บุคลิกภาพของพนักงาน มีพนักงานมากพอในการให้บริการ และการแต่งกายของพนักงาน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบถ่ายเทอากาศ บรรยากาศของโรงแรม และการจัดวางภูมิทัศน์

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการด้าน Room – Service

ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก ความรวดเร็วของบริการเช็คอิน และความรวดเร็วของบริการเช็คเอาท์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาด ชะอำจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ความสะอาดของห้องพัก มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามเพศ

ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ความสะอาดของห้องพักมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอายุ

ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปี ขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ความสะอาดของห้องพักมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ความสะอาดของห้องพักมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอาชีพหลัก

ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ, เกษียณ, แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ความสะอาดของห้องพักมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามความสะอาดของห้องพักมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

2. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามเพศ

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอายุ

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอัตราค่าห้องพัก มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ ราคาอาหารของโรงแรม และการให้ส่วนลดเมื่อพักในวันราชการปกติ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอัตราค่าห้องพัก มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับมีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอาชีพหลัก

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ , เกษียณ , แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการให้ส่วนลด เมื่อพักในวันราชการปกติ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอัตราค่าห้องพัก มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยราคาคู่มือค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

ปัจจัยช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามเพศ

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอายุ

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง และสถานที่ตั้ง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอาชีพหลัก

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ , เกษียณ , แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความสะดวกในการเดินทาง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามเพศ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอายุ

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

จำแนกตามอาชีพหลัก

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ , เกษียณ , แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามการมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

5. ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามเพศ

บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

จำแนกตามอายุ

บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามอาชีพหลัก

บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ, เกษียณ, แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามเพศ

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามอายุ

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 – 50 ปี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม และระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามอาชีพหลัก

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และ อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ, เกษียณ, แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบรรยากาศของโรงแรม มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยระบบถ่ายเทอากาศ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความรวดเร็วในการบริการด้าน Room – Service และความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

จำแนกตามเพศ

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามอายุ

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และอายุ 51 ปี ขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า และการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความรวดเร็วของบริการ เช็กเอาท์ มีผลมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

จำแนกตามอาชีพหลัก

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ , เกษียน , แม่บ้าน และ นักศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม อยู่ในระดับมาก ทุกด้านเรียงลำดับ ดังรายละเอียดดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ ห้องพักไม่สะอาด และห้องพักไม่มีการปรับปรุง

ปัญหาด้านราคา ในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ ราคาไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ และมีการปรับราคาห้องพักในช่วงเทศกาลสูงกว่าปกติ

ปัญหาด้านกระบวนการในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ ความยุ่งยากในการจองห้องพัก และขาดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ สิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมไม่ดี

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ ไม่สามารถมองเห็นวิวชายทะเลจากห้องพัก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คือ การโฆษณาโรงแรมไม่ตรงตามความจริง

ปัญหาด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานบริการล่าช้า และปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 7 ปัจจัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่สรุปไว้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม เรียงตามลำดับ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย และด้านสัญลักษณ์หรือลักษณะทางกายภาพ

โดยในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้น จากการศึกษาค้นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลาง แต่ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องพัก และอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพัก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ ความสะอาดบริเวณส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมและที่พักรับ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สนิษานา ตันตราพล (2546) ซึ่งได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านสภาพห้องพัก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้าต้องจ่ายแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ อัตราค่าห้องพัก ราคาต่ำกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน การให้ส่วนลด เมื่อพักหลายคืน ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สนิษานา ตันตราพล (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมมากที่สุด คือ ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ การมีส่วนลด และราคาต่ำกว่าโรงแรมอื่นในระดับเดียวกัน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาของห้องพัก มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สามารถมองเห็นวิวชายทะเล สถานที่ตั้ง และสถานที่จอดรถตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สนิษานา ตันตราพล (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง ทำเลสามารถมองเห็นวิวโดยสุเทพได้จากภายในห้องพัก และความสะดวกของสถานที่จอดรถ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌุฑฑิต กุลทา (2547) ซึ่งได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกรวดเร็วในเรื่องของการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่า ตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

การส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการออกบูธตามงานที่ ททท.จัดขึ้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของโรงแรมอย่างต่อเนื่อง การโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาลงป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีพนักงานเสนอขายห้องพักทางโทรศัพท์ และการมีพนักงานเสนอขายห้องพักกับนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่มีปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือการมีส่วนร่วมลดสำหรับการพักครั้งต่อไป ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนลดที่พักเป็นกรณีพิเศษ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌฤทัย กุลฑา (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่ง หมายรวมถึงทั้ง ลูกค้ำ บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ความเอาใจใส่ของพนักงาน ความรวดเร็วของพนักงาน มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ที่พบว่า การมีพนักงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌฤทัย กุลฑา (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพ อารมณ์ดี และมนุษยสัมพันธ์ดี

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้ำ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก คือ ระบบถ่ายเทอากาศ บรรยากาศของโรงแรม และการจัดวางภูมิทัศน์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌฤทัย กุลฑา (2547) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ต้องมีบรรยากาศ และความสวยงาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการด้าน Room – Service ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก ความรวดเร็วของบริการ เช็คอิน และความรวดเร็วของบริการเช็คเอาท์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌฤทัย กุลฑา (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการบริการที่รวดเร็ว

ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพบในการเลือกใช้บริการโรงแรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ห้องพักไม่สะอาด ราคาไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ และขาดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมอยู่ในเกณฑ์มาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ และมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ความสะอาดของห้องพัก สูงที่สุด ดังนั้น ทางโรงแรม จึงต้องมีการดูแลรักษาห้องพัก ให้สะอาดอยู่เสมอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อมาพักผ่อน ย่อมต้องการสถานที่พักผ่อนที่มีความสะอาดอย่างแน่นอน และโดยเฉพาะโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่อำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืน จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดมาเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการบริการที่ครบวงจร ได้แก่ ห้องคาราโอเกะ เชน ห้องนวด ห้องอบไอน้ำ ร้านทำผม เป็นต้น

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ราคาต้องคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ สูงที่สุด ดังนั้น การคิดราคาค่าบริการ ต้องคิดให้มีความเหมาะสมกับความเป็นจริง ไม่คิดราคาสูงเกินความเป็นจริง นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังเสนอแนะว่า ราคาห้องพักในช่วงเทศกาลวันหยุด สูงกว่าราคาในวันปกติเกินกว่าเท่าตัว ซึ่งถือได้ว่าเป็นราคาที่สูงเกินไป ซึ่งโรงแรมควรมีราคาที่ตั้งอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้น ท่าเลที่ตั้ง ควรตั้งอยู่ในจุดหรือบริเวณที่ลูกค้าสามารถเดินทางได้สะดวก และไม่ไกลจากชายทะเลมากนัก นอกจากนี้ ลูกค้ายังมีความต้องการที่จะมองเห็น

วิวชายทะเลจากห้องพัก ซึ่งถ้าทางโรงแรมสามารถมีห้องพักที่สามารถมองเห็นวิวชายทะเลได้ จะทำให้ลูกค้าเข้าใช้บริการกับทางโรงแรมมากยิ่งขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ การมีส่วนลดสำหรับการพักครั้งต่อไป สูงที่สุด ดังนั้นทางโรงแรมควรมีส่วนลดให้กับลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการกับทางโรงแรม นอกจากนี้ทางโรงแรมควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจ และยังสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับเราในครั้งต่อ ๆ ไปได้อีก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังเสนอแนะให้ทางโรงแรมจัดทำป้ายคัทเอาท์ประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ให้เป็นที่สังเกตเห็น หรือมีป้ายวงบอกลสถานที่ตั้งของโรงแรมให้มากกว่านี้ เนื่องจากโรงแรมไม่ได้อยู่ติดกับถนนใหญ่ และควรมีการประชาสัมพันธ์กับวิทยุชุมชนท้องถิ่นในช่วงเวลาที่เหมาะสมทุกวัน เพื่อสร้างความรู้จักให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ด้านบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านนี้มากที่สุด โดยเฉพาะการมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญสูงสุด ดังนั้น ทางโรงแรมควรมีการอบรมพนักงานในเรื่องการรักษาความปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และไว้วางใจในการที่จะใช้บริการกับทางโรงแรม นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการที่จะได้รับการบริการที่มีความอบอุ่น เหมือนกับอยู่บ้านตัวเอง และจำนวนพนักงานต้องเพียงพอในการให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ระบบถ่ายเทอากาศ สูงที่สุด ดังนั้น ทางโรงแรมต้องหมั่นคอยดูแล และตรวจสอบระบบ ให้อยู่ในสภาพที่ดี และสามารถใช้งานได้เสมอ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการบริเวณสำหรับพักผ่อนมากกว่านี้ และการจัดวางภูมิทัศน์ควรจัดให้สอดคล้องกับบริเวณชายหาด

ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก และความรวดเร็วในการบริการด้าน Room - Service สูงที่สุด ดังนั้น ต้องมีการฝึกอบรม และทดสอบพนักงานให้สามารถทำงานด้วยความรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ เนื่องจากบริการที่ดีและรวดเร็ว ล้วนแต่เป็นหัวใจหลักในการให้บริการของโรงแรม

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการ ให้ทางโรงแรมจัดรถไว้คอยบริการพาไปเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว หรือไปแหล่งช้อปปิ้ง ที่อยู่ใกล้ ๆ กับโรงแรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

1. จากการศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการโรงแรมบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคคลมากที่สุด จากปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ปัจจัย ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ศึกษาเฉพาะด้านบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยทำการศึกษาด้านบุคคลที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญหรือที่ต้องการ โดยเฉพาะการศึกษาดังกล่าว จะทำให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนขึ้น และทำให้ทางโรงแรมสามารถคัดเลือกบุคคลเข้ามาไว้คอยบริการ ได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2. จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบริเวณชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี นั้น พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด น่าจะมีความจำเป็นและสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านบริการ ผู้ศึกษาจึงเสนอให้ควรทำการศึกษาต่อในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ศึกษาเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยการศึกษา ดังกล่าว ทำให้ทางโรงแรมสามารถจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโรงแรมบริเวณชายหาดชะอำ กับโรงแรมที่อยู่ในสถานที่ใกล้เคียง อาทิเช่น ชายหาดของอำเภอหัวหิน ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

4. ควรศึกษาถึงปัจจัย หรือกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาใช้บริการกับทางโรงแรมในครั้งต่อไป