

รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรม ที่จังหวัดหนองคาย

Factors influencing of Thai tourist to choosing hotel in Nong Khai province.

นิติพล ภูตะโชติ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 – 39 ปี การศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพทำงานในบริษัทเอกชน ภูมิลำเนามาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จุดประสงค์ในการเข้าพักเพื่อท่องเที่ยว เลือกเข้าพักโรงแรมขนาดเล็ก เข้าพักน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 2 คืนต่อครั้ง ทราบข้อมูลของโรงแรมจากเพื่อนและคนรู้จัก สำรองห้องพักโรงแรม ใช้โทรศัพท์เลือกที่พักด้วยตัวเอง เข้าพักจำนวน 2 คน ค่าที่พักต่ำกว่า 1,000 บาทต่อคืน ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดบริการด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล, นักท่องเที่ยวชาวไทย, โรงแรม, หนองคาย

Abstract

The purpose of this research is to study factors influencing of Thai tourist to choosing hotel in Nong Khai province. The data from 400 questionnaires are analyzed with descriptive statistics (percentage, frequency, means, and standard deviation). The results indicate that the majority of Thai tourists are female, 30 – 39 years old, bachelor's degree holders, married; work in company, native district from northeast with 10,001 – 15,000 Bath income. the purpose of staying is travel. The majority of Thai tourist

¹ อาจารย์ประจำบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

choosing stay at small hotel, at least 1 time per month, 1 – 2 night per time, they know hotel information from their friends, reservation by telephone, choosing hotel by themselves, staying two person, expenditure less 1,000 Bath, service marketing mix factors, product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, have high impact on Thai tourist decision making.

Keywords: Factors influencing, Thai tourist , Hotels, Nong Khai province .

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง จากข้อมูลพบว่าการค้าภายในภูมิภาคและการท่องเที่ยวบริเวณชายแดนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมีความสำคัญอย่างมากต่อทุกประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ทั้ง 5 ประเทศ คือ กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และไทย ซึ่งประเทศไทยถือได้ว่ามีประวัติศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยาวนานที่สุด ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้เปิดตัวโครงการ “ปีท่องเที่ยวไทย” (Visit Thailand Year) ขึ้นเป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 18 ของโลก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายมากเป็นอันดับที่ 15 ของโลก คิดเป็นรายรับที่ได้รับประมาณ 8

พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทที่สำคัญของทั้ง 20 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถรายได้หลักให้กับประเทศ การสร้างความพึงพอใจในการบริการในแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญและเป็นหัวใจของผู้ประกอบการที่จะหาวิธีการต่างๆ ที่เป็นกลยุทธ์ พัฒนารูปแบบการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

จังหวัดหนองคาย ตั้งอยู่บริเวณชายแดนริมฝั่งแม่น้ำโขง เป็นประตูสู่เมืองเวียงจันทน์ เมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวเชื่อมระหว่างสองประเทศเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดแม่น้ำโขงมากที่สุดเป็นระยะทาง 320 กิโลเมตร เหมาะแก่การทำเกษตรกรรมและประมงน้ำจืด ทั้งยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถเดินทางข้ามไปเที่ยวยังฝั่งลาวได้โดยสะดวก มีวัดวาอารามและวัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวบ้านที่น่าสนใจ โรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย หลากหลายไปด้วยอาหารและสินค้าของฝาก ล้วนเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนจังหวัดหนองคาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและขึ้นชื่อหลายแห่ง เช่น ตลาดท่าเสด็จ สะพานมิตรภาพ ศาลาแก้วกู่ วัดโพธิ์ชัย พระอารามหลวง วัดอรุณยุบบรรพต พระสุธรรมเจดีย์ พระธาตุกลางน้ำ ภูทอก วัดหินหมากเป้ง เขต

รักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น งานบุญบั้งไฟ งานตรุษสงกรานต์ งานอนุสาวรีย์ปราบฮ่อ งานตักบาตรเทโวและแข่งเรือมิตรภาพไทย-ลาว และบั้งไฟพญานาค และเป็นแหล่งซื้อของที่ระลึกที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประกอบกับอุปนิสัยของชาวหนองคายที่มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ผู้อื่นและการพูดจาที่ไพเราะอ่อนหวาน จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนจังหวัดหนองคายประทับใจและกลับมาเยือนอีก

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ในปี 2552 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวน 507,160 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวน 27,519 คน ปี 2553 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวน 932,740 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวน 40,803 คนและสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ตในจังหวัดหนองคายในปี 2552 ผู้ใช้บริการชาวไทยจำนวน 359,155 คน ผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศจำนวน 21,978 คน ปี 2553 ผู้ใช้บริการชาวไทยจำนวน 657,770 คน ผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศจำนวน 30,347 คน (กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2552) ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจบริการด้านที่พักยังเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว และมีบทบาท

ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทด้านการส่งเสริมการค้างาน เช่น บริการด้านที่พัก อุตสาหกรรมสินค้าและหัตถกรรมพื้นเมือง ของที่ระลึก สินค้าเกษตรท้องถิ่น และบริการทัวร์ รถเช่า เป็นต้น ในเขตอำเภอเมืองหนองคาย สถานที่บริการที่พักแรมหลากหลายประเภทเปิดให้บริการเป็นจำนวนมากกว่า 40 แห่ง โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ บังกะโล และอพาร์ทเมนต์ (ThaiTambon.com .2000)ในปัจจุบันธุรกิจด้านบริการที่พักรมนี้มีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น จำนวนห้องพักที่มีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมกว่าและการบริหารและดำเนินงานที่เป็นระบบกว่า จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรม

จากปัจจัยที่สำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พักรม อีกทั้งใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาแก่ผู้ประกอบการตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ของธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสถานที่พักรมได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ขอบเขตการศึกษา

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ต้องการทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 400 คน (อินทัยศรีวานิช, 2548)

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามเพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคายโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศชายจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 สถานภาพสมรส จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 ทำงานในบริษัทเอกชนจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 จุดประสงค์ในการเข้ามาพักเพื่อพักผ่อน / ท่องเที่ยว จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 เข้าพักน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 เข้าพัก 1-2 คืนต่อครั้ง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ทราบข้อมูลจากเพื่อนและคนรู้จักจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 สำรองห้องพักโดยใช้โทรศัพท์จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือตัวนักท่องเที่ยวเองจำนวน 308 คิดเป็นร้อยละ 77.0 เข้าพัก 2 คน จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 เลือกเข้า

พักในราคาต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักโรงแรมในจังหวัดหนองคายโดยรวมในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40-49 ปี การศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ทำงานในบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จุดประสงค์ในการเข้าพักเพื่อพักผ่อน / ท่องเที่ยว

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเข้าพักโรงแรมขนาดเล็ก เข้าพัก 1-2 คืนต่อครั้ง ทราบข้อมูลจากเพื่อนและคนรู้จัก สำรองห้องพักโดยใช้โทรศัพท์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักคือตัวนักท่องเที่ยวเอง เข้าพักจำนวน 2 คน เลือกห้องพักในราคาต่ำกว่า 1,000 บาท

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 กระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านพนักงานผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ข้อเสนอแนะและนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับมีบริการนำเที่ยวที่ประเทศลาว มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม ห้องพักรับหลายประเภทให้เลือก มีบริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงและพัฒนาบริการดังกล่าวเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการของโรงแรมมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยด้านราคาห้องพักไม่แพง เหมาะสมกับคนไทย ห้องพักรับมีราคาที่เหมาะสม ห้องพักรับมีราคาให้เลือกหลายราคา ดังนั้นผู้ประกอบการหรือเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นคนไทยให้มากที่สุด

1.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วยที่ตั้งโรงแรมเหมาะสม การคมนาคมสะดวกสบาย มีที่จอดรถเพียงพอ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีโรงแรมตั้งอยู่ห่างไกลควรจัดให้มีรถรับส่งไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ

และหาที่จอดรถให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องการให้ส่วนลดพิเศษในช่วงลูกค้าน้อย จัดให้มีผลไม้และน้ำดื่มให้ฟรี ให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ทำงานราชการและรัฐวิสาหกิจ เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้าพักโรงแรมปริมาณเพิ่มขึ้น

1.5 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านพนักงานผู้ให้บริการในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสรรหาบุคลากร เพื่อให้ได้พนักงานที่มีความเหมาะสมกับงานบริการ มีใจรักงานบริการ ให้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มความรู้เพิ่มทักษะความชำนาญและทำให้พนักงานสามารถทำงานได้ดียิ่งขึ้น

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีถนนเข้า – ออกได้สะดวกสบาย มีการตกแต่งสถานที่ทั้งภายในและภายนอกอย่างเหมาะสม โรงแรมที่โดดเด่นและมีชื่อสามารถมองเห็นได้ชัดเจน สภาพแวดล้อมโดยรวมของโรงแรมให้ดี เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการจากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ดังนั้นในเรื่องกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงกระบวนการให้บริการ ไม่ควรจะต้องยุ่งยากซับซ้อนเสียเวลามาก เพราะลูกค้าไม่ต้องการเสียเวลารอคอยนานและเพิ่มความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่เข้าพัก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

2.1 เนื่องจากการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกเข้าพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคายเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่ทำวิจัยในครั้ง

ต่อไปควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและควรจะทำการศึกษาในขอบเขตที่กว้างหลายจังหวัดจะทำให้ได้ข้อมูลและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการให้บริการของธุรกิจโรงแรมเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกเข้าพักโรงแรมเพื่อจะได้ทราบว่าปัจจัยตัวใดบ้างที่มีอิทธิพลในการเลือกเข้าพักโรงแรม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ spss for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสารจำกัด
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2548). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548-2553 [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.rytg.com> [2554,16 กุมภาพันธ์]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2550). ข้อมูลจังหวัดหนองคาย. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://thai.tourismthailand.org> [2550,15 มิถุนายน]
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2552). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศจังหวัดหนองคาย พ.ศ 2552-2553 [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.nso.go.th> [2552,20 มิถุนายน]
- สุธาสิณี คำสำราญ. (2551). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกรณีศึกษาโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในอำเภอเกาะสมุย. วิทยานิพนธ์ ปริญญา เศรษฐศาสตรบัณฑิตธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- หทัยรัตน์ ทองเรือง. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อโนทัย ตรีวานิช. (2548). **การใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Beri GC. (2000). **Marketing Research..3rd** ed. New Delhi: Tata McGraw-Hill publishing company Limited.
- Cooper Donald R. (2002). **Business Research methods.6th** ed. New Delhi: Tata McGraw-Hill publishing company Limited.
- Fawzy, Ahmed. (2010).**Business Travelers’ Accommodation Selection: A comparative study of two international hotels in Cairo**. International Journal of Hospitality & Tourism Administration; Vol.11, Issue 2, p138-156.
- Kotler Philip. (2003). **Marketing management**. 11th ed. Newjersey: prentice Hall.
- Lovelock Christopher and Wirtz jochen. (2004). **Service Marketing people, technology, Strategy**. 5th.ed. Singapore: pearson prentice hall.