

data analysis are frequency, percentage, average, standard deviation, Pearson coefficient correlation and multiple regression.

The results of the study were as follows;

1. Marketing mix factors of hotel customers in Mueang district, Nakhon Ratchasima province, in overall, has high level. Considering in each factor reveals that price followed by place and product have high level.

2. Customers' perception toward hotels service value of Mueang district, Nakhon Ratchasima province has high level. Considering in each factor reveals that services value followed by personnel value and product value have high level.

3. Marketing mix factors which affect customers' perception toward hotels service value of Mueang district, Nakhon Ratchasima province had statistically significant at 0.01 level. Product has the highest regression coefficients followed by physical, process, place, price and personnel. Promotion factor had no statistically significant in customers' perception toward hotels service value of Mueang district, Nakhon Ratchasima province.

Keywords: Marketing Mix, Service Perceived Value, Hotel

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งในชีวิตมนุษย์ ซึ่งมีทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศของตน และการท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านการท่องเที่ยวตามมาอย่างมากมาย ปัจจุบันนี้มีการสร้างสถานที่พักผ่อนเกิดขึ้นมากมาย เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละวัน และกลายเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับเจ้าของเป็นอย่างดี ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละเป็นจำนวนมาก ทั้งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ธุรกิจโรงแรมหรืออุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางอันเป็นผลจากการเจริญรุดหน้าของธุรกิจ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทั้งภาครัฐและเอกชนซึ่งเป็นที่ทราบกันดีถึงรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีมีมูลค่ามหาศาล เมื่อพิจารณาถึงการท่องเที่ยวภายในประเทศของไทยจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก จากนโยบายที่ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเสมอมา โดยดูจากสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกๆปี (ฉันทหทัย คำสาร, 2555) ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในแถบเอเชียเพิ่มขึ้น อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นตามไปด้วย ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ แต่ธุรกิจโรงแรมและที่พักซึ่งเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวกลับประสบปัญหานั้น คือจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวลดลงแต่จำนวนห้องพักมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดปัญหาสถานะอุปทานล้นตลาด (จติกา คุ่มเรือน, 2559)

ธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมขึ้นอยู่กับคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการ และการดำเนินงานของโรงแรมที่ต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด พร้อมให้บริการสำหรับแขกผู้มาใช้บริการได้อย่างรวดเร็วและดีที่สุดใน รวมถึงการนำกลยุทธ์ต่างๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

เพื่อการสร้างความแตกต่างด้านการตกแต่ง ด้านการให้บริการ เช่น บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์การลงทะเบียนเข้าพักโดยไม่ผ่านแผนกต้อนรับด้านหน้า เป็นต้น ควบคู่กับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายโดยให้สิทธิพิเศษต่างๆ แก่สมาชิกบัตรเครดิตวีไอพีและบัตรเครดิตหรือการจัดรายการทัวร์พิเศษ เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรม พร้อมทั้งเป็นการปรับปรุงการให้บริการของโรงแรมที่ได้มาตรฐานระดับสากล (ธัญพรนภัส แพงสม, 2556)

โรงแรมเป็นธุรกิจที่พึงให้บริการที่ต้องให้ความสำคัญต่อคุณภาพของบริการ ซึ่งช่วยสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจเกิดได้จากการได้รับความประทับใจจากการได้รับบริการและการสร้างความพึงพอใจในบริการของธุรกิจโรงแรม (ศรีธัญญา เลิศพุทธิรักษ์: 2560) การบริการที่ดีที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ และเมื่อผู้รับบริการมีความพอใจก็จะต้องกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป และธุรกิจที่พึงปรารถนาเป็นส่วนหนึ่งของความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการที่พักค้างแรมต่างมีความต้องการที่พักแรมในการตอบสนองต่อความต้องการด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัย การกำหนดระดับคุณภาพของสถานที่พักถือเป็นเรื่องสำคัญ เป็นการรับประกันคุณภาพให้กับผู้ใช้ บริการอย่างเป็นรูปธรรม และต้องพัฒนามาตรฐานคุณภาพให้เทียบเท่ามาตรฐานที่พักแรมในระดับสากลเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กิจการ (ธนิษฐา มณีโชติ, 2553)

จากความสำคัญที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการของโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นข้อมูลแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของโรงแรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ขั้นตอนในการศึกษาวิจัย** จากการศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนตามระเบียบวิธีการวิจัยอย่างเป็นระบบโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.2 กำหนดกรอบแนวคิด ออกแบบวิธีการวิจัย

1.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4 สร้างเครื่องมือโดยใช้หลักการจากทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์และทำการออกแบบสอบถาม เพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา และนำแบบสอบถามนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

1.5 เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่แจกออกไป เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประมวลผล สรุปผล จัดทำรูปเล่มและนำเสนอผลงานวิจัย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาคือ โรงแรมยู-สบาย พาร์ค โรงแรมจอมสุรางค์ โรงแรมแคนทารี โรงแรมอิมพีเรียลโคราช โรงแรมสีมาธานี โรงแรมโคราปุระ โรงแรมวิวัน โรงแรมสบาย โรงแรมลีฮิลล์ และโรงแรมรายาแกรนด์ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้าง 4 ส่วน มีคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลให้ได้ตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยง (Reliability) มีความน่าเชื่อถือ (Validity) มีดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบโดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษาความเหมาะสมของแบบสอบถามการวิจัย และความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะซึ่งเป็นการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Construct Validity) จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด หาความเที่ยง (Reliability) และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ความเชื่อมั่นที่มาตรฐาน คือ มากกว่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.965 เป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

4.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

4.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาจำนวน 400 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

5.1 ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม บันทึกข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาการแจกแจงความถี่ และนำเสนอเป็นคำร้อยละ สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์

2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ในคุณค่าการบริการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาสถิติเชิงพรรณนา

5.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สรุปผลข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 58.80 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 33.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.20 สถานภาพโสด ร้อยละ 50.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ร้อยละ 33.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 27.80 ตามลำดับ

2. ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.51) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.39) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายองค์ประกอบสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ห้องพักและบริเวณรอบโรงแรมมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรม ความสวยงาม น่าเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และห้องพักรูปแบบหลากหลายให้เลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีราคาพิเศษตามลักษณะของอาชีพเฉพาะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก และแสดงอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และราคาห้องพักเหมาะสมกับประเภทของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.3 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมสามารถค้นหาได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถสำรองห้องพักทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ในทำเลที่สะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. การรับรู้ในคุณค่าการบริการของผู้ใช้บริการโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านด้านคุณค่าของบริการ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ด้านคุณค่าของบุคลากร ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.439) และด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.43) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายองค์ประกอบสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การรับรู้ในคุณค่าการบริการด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการออกแบบตกแต่งโรงแรมได้อย่างสวยงามและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรงแรมได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และชื่อของโรงแรมเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3.2 การรับรู้ในคุณค่าการบริการ ด้านคุณค่าของบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริการที่ท่านได้รับจากการเข้าพักคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการลงทะเบียนเข้าพักมีความเหมาะสม สะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และพนักงานให้บริการทันทีที่ท่านเดินทางมาถึงโรงแรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3.3 การรับรู้ในคุณค่าการบริการ ด้านคุณค่าของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถเก็บความลับของลูกค้า โดยไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่เข้าพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานมีความชำนาญในการเสนอราคาประเภทของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และพนักงานเอาใจใส่ในการบริการให้แก่ท่านเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

4.1 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยต้องการห้องพักและบริเวณรอบโรงแรมมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี การออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรม ความสวยงาม น่าเข้าพัก และห้องพักมีรูปแบบหลากหลายให้เลือก เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.2 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาด ด้าน

ลักษณะทางกายภาพ โดยต้องการพื้นที่ให้บริการมีความกว้างขวางโอโถง สบายตา พนักงานสามารถให้รายละเอียดข้อมูลการให้บริการห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมอย่างชัดเจน และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดและได้มาตรฐาน เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยต้องการมีราคาพิเศษตามลักษณะของอาชีพเฉพาะราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือกและแสดงอย่างชัดเจน และราคาห้องพักเหมาะสมกับประเภทของห้องพัก เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.4 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย โดยต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมสามารถค้นหาได้หลายช่องทาง สามารถสำรองห้องพักทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ในทำเลที่สะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทาง เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.5 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยต้องการท่านสามารถติดต่อพนักงานได้ตลอดเวลา การจองห้องพักต้องเป็นไปด้วยความถูกต้องแม่นยำ และการเอาใจใส่ในการบริการกล่าวทักทายเมื่อท่านเข้าพักและการกล่าวคำลา เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.6 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล โดยต้องการขั้นตอนการให้บริการของพนักงานไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานแต่งกายเรียบร้อยมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.7 ส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดยผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดการส่งเสริมการขาย โดยต้องการมีการโฆษณาโรงแรมผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ หรือมีของสมนาคุณให้กับลูกค้าเสมอ และมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงโปรโมชั่น ข่าวสารช่วงเทศกาล หรืองานวันสำคัญต่างๆ เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น

4.8 ส่วนประสมทางการตลาดทุกๆด้านสามารถร่วมกันพยากรณ์การรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 31.40 ($Adj R^2 = 0.314$)

2. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดการส่งเสริมการขาย ที่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการ โรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจาก ผู้ใช้บริการโรงแรมต้องการมีการโฆษณาโรงแรมผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ หรือมีของสมนาคุณให้กับลูกค้าเสมอ และมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงโปรโมชั่น ข่าวสารช่วงเทศกาล หรืองานวันสำคัญต่างๆ เพื่อส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Lamb, Hair and Mc Daniel (2000) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคา มาประสมกันเป็นหนึ่งเดียว จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยฉัตร แสงคุณทิ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเลือกโรงแรมที่มีการรักษาสิ่งแวดล้อมในจังหวัดขอนแก่น พบว่าส่วนมากไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ ยังมีผู้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตามประกอบด้วย สวิตา เดชวรสุทธ (2558) ได้ศึกษา อิทธิพลของการรับรู้ตราสินค้า ความสนใจในการส่งเสริมการขาย และความพึงพอใจในการบริการ ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า TNT ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ตราสินค้า และความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า TNT อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทางด้านความสนใจที่มีต่อการส่งเสริมการขายนั้น ไม่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า TNT และนอกจากการอธิบายผลการวิจัย พบว่าตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อตัวแปรตามแตกต่างกันในแต่ละด้านสามารถเกิดขึ้นได้เนื่องมาจากการศึกษาวิจัยขึ้นอยู่กับบริบท เช่น ส่วนประสมทางการตลาดที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ผลการวิจัยที่ได้ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตามเกิดความแตกต่างตามไปด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในคุณค่าการบริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรม ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้คือ เพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม เนื่องจากมีพฤติกรรมในการเข้าพักสูงที่สุด จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนเป้าหมาย เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด

2. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับ ห้องพักที่มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกห้องพักได้ตามแบบที่ต้องการ มีความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และการออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมความสวยงาม น่าเข้าพัก เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะเข้ามาพัก

3. ด้านราคา ผู้ประกอบการโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับมีราคาพิเศษตามลักษณะของอาชีพ เนื่องจากบางอาชีพต้องมีการเดินทางและพักที่โรงแรมต้อง โรงแรมควรมีราคาสำหรับกลุ่มอาชีพเฉพาะ มีราคาห้องพักหลายระดับให้เลือกและแสดงอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเลือกและตัดสินใจในการเข้าพัก และราคาห้องพักควรเหมาะสมกับประเภทของห้องพัก

4. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่ผู้ให้บริการสามารถค้นหาได้หลายช่องทาง ทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ในทำเลที่สะดวกและปลอดภัยต่อการเดินทางมาพักของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการสามารถเลือกชำระเงินค่าห้องพักได้หลายช่องทาง เช่น ชำระเป็นเงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิต เช็ค หรือการโอนผ่านทางแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ

5. ด้านการจัดการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโรงแรมผ่านทางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถค้นหาที่พักได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต รับรู้โปรโมชั่นต่างๆ ข่าวสารในช่วงเทศกาล หรือวันสำคัญที่โรงแรมมีการจัดโปรโมชั่นหรือมีการแจกของสมนาคุณให้กับผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการและการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดที่มีศักยภาพว่าจะได้รับความเชื่อถือและเป็นวิธีหนึ่งที่สร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการได้ในระยะยาว

6. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการโรงแรม ควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนการให้บริการของพนักงานที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการต้องไม่ยุ่งยาก ให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการทำงาน ให้ข้อมูลชัดเจนและถูกต้องมีความน่าเชื่อถือและมีความรู้เกี่ยวกับโรงแรมที่ทำเป็นอย่างดี พนักงานควรมีใจรักบริการ เพื่อสามารถให้ข้อมูลหรือแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี พนักงานต้องให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีการแต่งกายที่เรียบร้อยเหมาะสมในการปฏิบัติงาน เพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและผู้ให้บริการจะมีความภักดีต่อโรงแรม

7. ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการติดต่อสื่อสารโดยที่ผู้ให้บริการสามารถติดต่อพนักงานได้ตลอดเวลาเมื่อต้องการความช่วยเหลือหรือสอบถามข้อมูลกับพนักงานเกี่ยวกับที่โรงแรม พนักงานต้องมีความรู้ในการจองห้องพัก การให้ข้อมูลให้แก่ผู้ให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ และเอาใจใส่ในการบริการแก่ผู้ให้บริการ มีการกล่าวทักทายและกล่าวคำลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มประชากรที่ใช้ในศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะผู้ให้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ฉะนั้น ควรจะมีการทำวิจัยที่เก็บตัวอย่างจากผู้ให้บริการโรงแรมอำเภออื่น เพื่อให้ทราบผลการศึกษาที่ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในแต่ละช่วงเวลาจะช่วยให้สามารถนำไปใช้ได้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ควรทำการศึกษาในปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ศึกษาความพึงพอใจศึกษาระบบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรม เพื่อให้เกิดผลสรุปที่หลากหลาย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

3. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้การบริการ ว่าการรับรู้การบริการมีความแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

การระเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. งานวิทยานิพนธ์หลักสูตรการศึกษา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

