

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
Factors affecting the decision of using the Budget Hotel of Bangkok Customers

พงษ์สิทธิ์ เผื่อนกลาง<sup>1</sup>, ผศ.ดร.วิษณุ อรรถวานิช<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Pongsithphuean@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจำนวน 385 ชุด ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงโลจิสติก พร้อมทั้งนำเอาแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (7P) มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผลการศึกษา พบว่าเป็นผู้ที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด จำนวน 290 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดจำนวน 95 คน

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านสถานะ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด 0.10 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการประมาณการที่ได้จากแบบจำลอง สามารถนำไปใช้ในการประมาณความน่าจะเป็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดได้อีกด้วย

**คำสำคัญ** โรงแรมราคาประหยัด

### Abstract

The main purposes of this research were to study factors affecting the decision to use budget hotels of customers in Bangkok. The research was conducted by using 385 sets of questionnaires as a research tool. The samples were a population in Bangkok. The

statistics used in this research were Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D.) and Logistic Regression Analysis. In addition, the marketing theory that is the concept of service marketing mix (7P) was mutually applied as a guideline to determine factors affecting the decision making of customers.

According to the study in Bangkok, it was found that the majority of the samples (in a total of 290 samples) who had ever used budget hotels were males aged 21-30 years old, single, lived with 4 family members, graduated in a bachelor's degree, worked as employees in private companies, and earned average monthly income of 10,001-20,000 baht. And the rest (in a total of 95 samples) had never used budget hotels.

The factors affecting the decision to use budget hotels were analyzed by Logit model, the analysis results indicated the factors affecting the decision to use budget hotels as follows: 1) Gender that was correlated with the decision to use budget hotels with a statistical significance level of 0.05. 2) Marital status that was correlated with the decision to use budget hotels with a statistical significance level of 0.10. 3) Marketing mix in terms of promotion and personal selling that were correlated with the decision to use budget hotels with a statistical significance level of 0.05. The estimated results obtained from the model can be used to estimate the probability of factors affecting the decision to use budget hotels as well.

**Keywords** Budget Hotel

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญซึ่งนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ โดยการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมสาขาหนึ่ง ซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากติดต่อกันมาเป็นเวลาหลายปี ส่งผลให้การผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ธุรกิจโรงแรม ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ธุรกิจดังกล่าวยังคงได้รับความนิยม และมีการแข่งขันสูงซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงาน และยังเป็นกลไกที่สำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาคอีกด้วย โดยในปี 2560 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยจำนวนประมาณ 35 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 9 จากปี 2559 และนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ 152 ล้านคนครั้ง ขยายตัวร้อยละ 4 จากปี 2559 แสดงดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปีและอัตราการเจริญเติบโต

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2560

จากการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยปี 2560 ซึ่งเป็นการสำรวจประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ เกี่ยวกับการเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำในจังหวัดหนึ่งไปยังสถานที่อยู่ในอีกจังหวัดหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมครอบครัว/ญาติมิตร ประชุมหรือสัมมนา เล่นหรือดูกีฬา ไม่รวมการเดินทางไปทำงานหรือไปศึกษาเป็นประจำ พบว่ามีชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวร้อยละ 63.3 และไม่เดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 36.7 แสดงดังรูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 ร้อยละของประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปจำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวในรอบปี 2555-2559

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2560

ในปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจและรูปแบบการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้โรงแรมหรูหราก็หรือโรงแรมที่ออกแบบมาเพื่อรองรับเฉพาะนักท่องเที่ยวด้วยบริการอย่างครบครันนั้น ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโรงแรมอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพียงแค่มาดำเนินธุรกิจ หรือผ่านมามาก่อนมุ่งหน้าสู่ปลายทางต่อไป โดยลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะต้องการบริการแค่บางอย่าง และต้องการราคาห้องพักที่ประหยัดกว่า ดังนั้น โรงแรมราคาประหยัด เป็นทางเลือกใหม่ของลูกค้าโรงแรม เพราะนอกจากโรงแรมราคาประหยัดจะมีราคาห้องพักที่ต่ำกว่าตลาด ซึ่งดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเข้าพักได้ง่ายแล้ว โรงแรมราคาประหยัดยังมีโอกาสในการขยายตัวสูงกว่าโรงแรมประเภทอื่นอีกมาก โดยอัตราเข้าพักเริ่มต้นต่อคืนไม่เกิน 1,000 บาท และผันแปรตามแต่ทำเลที่ตั้งของโรงแรม

ซึ่งผู้นำทางธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดและมีการขยายโรงแรมอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย ได้แก่ โรงแรมฮ็อปป อินน์ (HOP INN HOTEL ) โรงแรมบีทู (B2 BOUTIQUE & BUDGET HOTEL) โรงแรมทูน (TUNE HOTEL) และโรงแรมอิมม์ (IMM HOTEL) เป็นต้น จากสถิติการดำเนินงานด้านห้องพัก โรงแรมฮ็อปป อินน์ (HOP INN) ปี 2560 กลุ่มโรงแรมราคาประหยัดมีอัตราการเข้าพัก ร้อยละ 75 เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 5 นับว่าเป็นกลุ่มโรงแรมที่มีการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อห้องพักสูงสุดในกลุ่มโรงแรมทั้งหมด แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิติการดำเนินงานด้านห้องพัก บมจ. ดี เอราวัณ กรุ๊ป ประจำปี 2560

งวด 12 เดือน (ม.ค.-ธ.ค.)	จำนวนห้อง		อัตราการเข้าพัก		
	2559	2560	2559	2560	+/-
กลุ่มโรงแรม 5 ดาว (Luxury)	966	979	81%	77%	-4%
กลุ่มโรงแรมระดับกลาง (Midscale)	1,282	1,282	84%	88%	+4%
กลุ่มโรงแรมชั้นประหยัด (Economy)	2,253	2,253	83%	85%	+3%
กลุ่มโรงแรมบัตเจ็ท (Budget)	1,176	2,502	70%	75%	+5%

ที่มา : บริษัท ดี เอราวัณ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

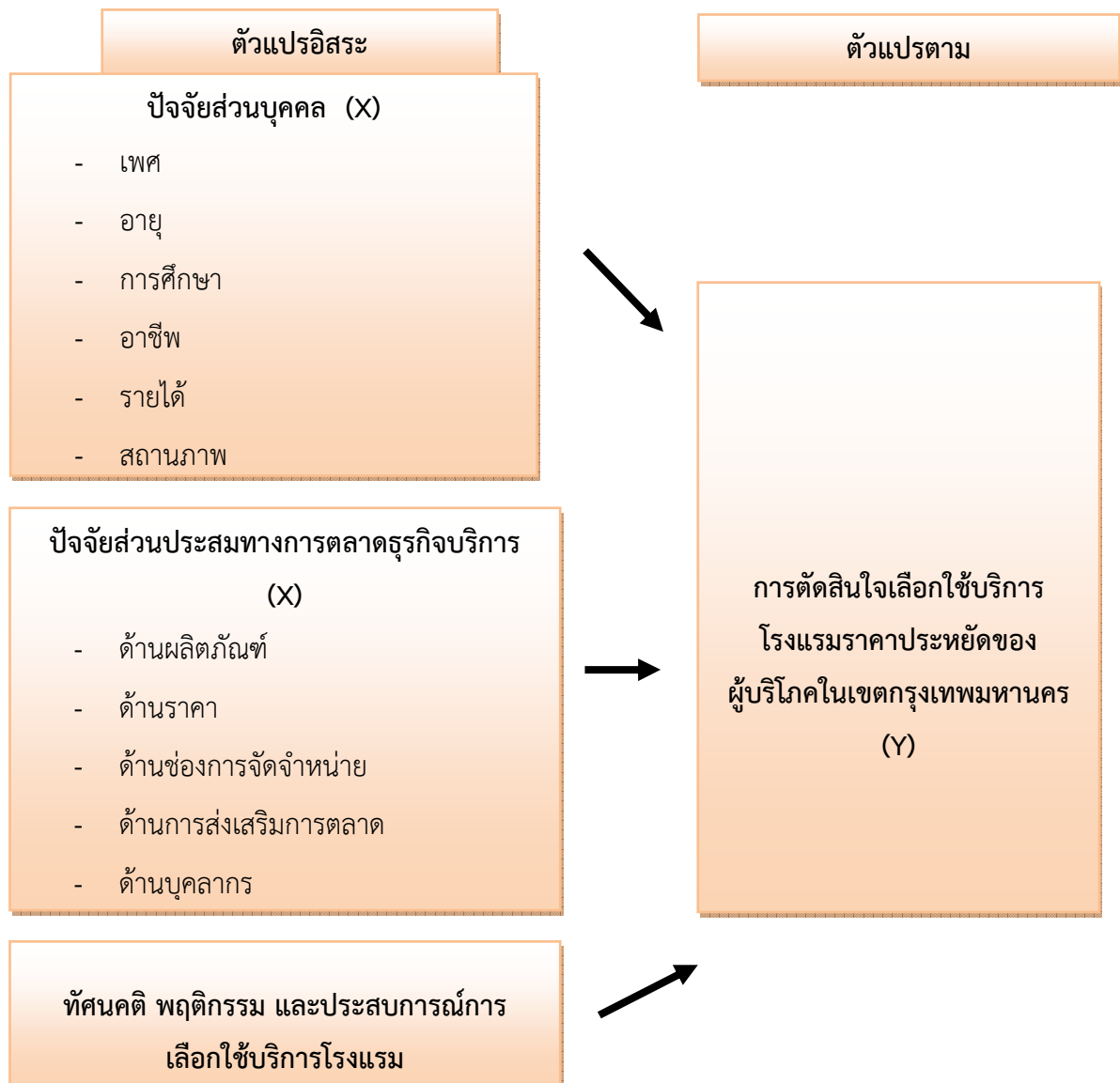
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยเลือกทำการศึกษาในกลุ่มประชาชนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด ซึ่งการศึกษาจะครอบคลุมถึงลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

โดยกำหนดระยะเวลาของการศึกษานี้ขึ้นอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนมกราคม 2561 รวมระยะเวลา 1 เดือน

กรอบแนวความคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการสืบค้น (Exploratory) โดยใช้การตรวจวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Descriptive Research) จากเอกสาร ตำรา บทความ แนวคิด ทฤษฎี และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) และยังใช้วิธีการศึกษาแบบพรรณนา (Descriptive Research) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด ด้วยแบบสอบถามประเภทให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกด้วยตัวเอง (Self – Administration Questionnaires) เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมา จะทำการรวบรวมและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม และ

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ(Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ด้วยวิธีวิเคราะห์ความถดถอยเชิงโลจิสติก(Logistic Regression Analysis) โดยใช้แบบจำลองโลจิส (Logit model)

### ผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิได้ใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจำนวน 385 ชุด ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม STATA Version 13.0 ในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) โดยกลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด และสถิติเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การสร้างแบบจำลอง Logit model เพื่ออธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		กลุ่มที่ 1		กลุ่มที่ 2		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	163	56.2	62	65.3	225	58.44
	หญิง	127	43.8	33	34.7	160	41.56
	รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	3	1.0	1	1.1	4	1.53
	21 – 30 ปี	193	66.5	63	66.4	256	66.49
	31 – 40 ปี	76	26.2	24	25.4	100	25.97
	มากกว่า 40 ปี	18	6.3	7	7.1	25	6.49
	รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
สถานภาพ	โสด	251	86.6	75	78.9	326	84.67
	สมรส	39	13.4	20	21.1	59	15.33
	รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	3	1.0	1	1.0	4	1.03
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2	0.7	0	0.0	2	0.53

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1		กลุ่มที่ 2		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	231	79.7	72	75.8	303	78.70
สูงกว่าปริญญาตรี	54	18.6	22	23.2	76	19.74
รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	21	7.2	9	9.5	30	7.79
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	35	12.1	6	6.3	41	10.64
พนักงานบริษัทเอกชน	216	74.5	72	75.8	288	74.80
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของ กิจการ	12	4.1	8	8.4	20	5.19
อื่นๆ	6	2.1	0	0.0	6	1.55
รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน						
ไม่เกิน 10,000 บาท	5	1.7	1	1.1	6	1.56
10,001 - 20,000 บาท	103	35.5	32	33.7	135	35.07
20,001 - 30,000 บาท	86	29.7	33	34.7	119	30.90
30,001 - 30,000 บาท	53	18.3	12	12.6	65	16.88
40,001 - 50,000 บาท	21	7.2	10	10.5	31	8.05
มากกว่า 50,000 บาท	22	7.6	7	7.4	29	7.53
รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0
จำนวนสมาชิก ในครัวเรือน						
1 คน	8	2.8	3	3.2	11	2.85
2 คน	10	3.4	1	1.1	11	2.85
3 คน	38	13.1	11	11.6	49	12.72
4 คน	108	37.2	31	32.6	139	36.11
5 คน	63	21.7	24	25.3	87	22.60
มากกว่า 5 คน	63	21.7	25	26.3	88	22.85
รวม	290	100.0	95	100.0	385	100.0

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล สรุปลได้ว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมดจำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่าเป็นผู้ที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด จำนวน 290 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 คน และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดจำนวน 95 คน

ด้านทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์การเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครสรุปได้ว่า ผู้ที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ส่วนใหญ่เหตุผลที่เคยใช้คือ ราคาสมเหตุสมผล คิดเป็นร้อยละ 60 เข้าพักโรงแรม 1-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 38.6 โดยมีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือ พักผ่อน/ ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 84.5 มีระยะเวลาเฉลี่ยในการมาพักแรม 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 60 นิยมเดินทางวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 69 และจองห้องพักโดย AGODA คิดเป็นร้อยละ 48.6 โดยผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.8 และส่วนใหญ่ เดินทางกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 สำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด เหตุผลที่ไม่เคยใช้คือ สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบครัน คิดเป็นร้อยละ 62.1

ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ในภาพรวม พบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด มองว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพสำคัญสุด โดยให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เช่นเดียวกัน

ตารางผลการประมาณค่าแบบจำลองโลจิสต์ (Logit model)

Variable	Coefficient	Marginal	Std. Error	z-Statistic	Prob.
SEX	0.609	0.103	0.280	2.18	0.030**
AGE	-0.290	-0.047	0.425	-0.68	0.495
STATUS	-0.722	-0.142	0.374	-1.93	0.054*
EDU	-0.428	-0.066	1.155	-0.37	0.711
OCC	-0.120	-0.020	0.298	-0.40	0.686
INCOME	-0.296	-0.050	0.320	-0.93	0.354
NUMBERFAM	0.024	0.004	0.363	0.07	0.947
PRODUCT	-0.007	-0.001	0.310	-0.03	0.980
PRICE	-0.235	-0.040	0.299	-0.79	0.432
PLACE	0.036	0.006	0.343	0.11	0.916
PROMATION	0.616	0.107	0.241	2.55	0.011**
PEOPLE	-0.898	-0.156	0.409	-2.20	0.028**
PHYSICAL	0.026	0.004	0.341	0.08	0.938
PROCESS	-0.222	-0.004	0.335	-0.66	0.507

Variable	Coefficient	Marginal	Std. Error	z-Statistic	Prob.
_CONS	5.104		1.668	3.06	0.002

N = 385, Pseudo R<sup>2</sup> = 0.0663, Log likelihood = -200.84585

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit model) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป STATA Version 13.0 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านสถานะ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด 0.10 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการประมาณการที่ได้จากแบบจำลอง สามารถนำไปใช้ในการประมาณความน่าจะเป็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดได้อีกด้วย

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด แสดงให้เห็นว่าผลพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดค่อนข้างมาก ดังนั้นบริษัทควรจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีการบริการที่ดี ใส่ใจ และให้ความสนใจในการให้คำแนะนำลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีต่อบริษัท รวมถึงใช้พนักงานในการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการอยู่แล้วเกิดความเข้าใจและมีพึงพอใจมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญา (2560) คือ จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน จำนวน 160 คน และไม่เคยทำประกันชีวิตควบการลงทุน จำนวน 240 คน ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ที่เคยทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลมากที่สุด ตลอดจนการวิเคราะห์ Logit model พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน ประกอบไปด้วย ปัจจัยรายได้ พฤติกรรมการจัดการความเสี่ยงของผู้ลงทุน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยอายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำกรรมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคที่อยู่ในกรุงเทพมหานครซึ่งถือเป็นศูนย์กลางทางการเงินที่สำคัญ และผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคว่าปัจจัยในแต่ละด้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัดเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

## รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. “การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก.” การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ.

พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2560 สำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2560 “การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2560 (ในรอบปี 2559)”

ศิริวัฒน์ ธิตา. 2555. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลให้เช่า ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” งานวิจัยเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จันทิมา รักมันเจริญ. 2558 “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย” คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. 2557 “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร” ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พชระ สุธนฐาน. 2557 “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ในเขตกรุงเทพมหานคร” บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น

ภิญญา ศรจันทร์. 2560 “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทางการมธรรม์ประกันชีวิตควบการลงทุนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์