

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

Factors Influencing Hotel Guestroom Purchase of Working-age Customers via the Internet

สิริพร ดงสิงห์
ภูชิชา ปั่นแก้ว*

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านราคา ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการ ผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการในด้าน 1) ด้านความสะดวกสบาย ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพักผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต เพิ่มจำนวนโรงแรมที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และยอมรับให้มากขึ้น รักษาความสะอาดของห้องพักให้เป็นมาตรฐานเพิ่มอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักให้มากขึ้น ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ 2) ด้านความเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้พนักงานของโรงแรมบริการให้ประทับใจ มีความเต็มใจในการให้บริการ ต้องการให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ช่วยเหลือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในกรณีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้มากขึ้น 3) ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เพิ่มช่องทางการกระจายข้อมูลการส่งเสริมการขายให้บ่อยขึ้น และหลากหลายช่องทาง เพิ่มโปรโมชั่นสิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจ เข้าร่วมกิจกรรมออกบูธในงานท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการขายกับบัตรเครดิตหรือเครือข่ายมือถือให้มากขึ้น

คำสำคัญ: ผู้ใช้บริการวัยทำงาน ระบบอินเทอร์เน็ต

* สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Abstract

This study aims to study the factors influencing the decision making of working-age users to purchase hotel guestroom service through the Internet system and also study the requirements to purchase hotel guestroom service through the Internet.

The finding found that: the ease of purchase, price, client needs and response to customer needs are all influent to the decision making of working-age users to purchase hotel guestroom service through the Internet system. In addition, we found that the working-age users required for development regarding to the comfortability which the users would like those websites to increase the number of well-known and widely acceptable hotels. Moreover, the users also require the cleanness of guestroom to meet a standard and increase in-room facilities to meet the requirements of users. Furthermore, the internet users would like the hotel staff to pay more attention on providing guest services with willingness and heartiness. Besides, the users would like the customer relation instantly react to the prospective problems. Lastly, the internet users would like to increase the various information channels of hotel promotions and also often provide a special promotion to attract customer intention or else continuously attend the booth in the travel fair providing sale promotion with any credit card or mobile network

Keywords: Working-age Users, Internet System

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากอดีตอย่างเห็นได้ชัด เป็นผลมาจากการพัฒนาระบบเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คนจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2557) พบว่า กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ กลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีอายุ 15-60 ปี การสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่เดือน เมษายน ถึงเดือนพฤษภาคม 2557 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสนใจเข้ามาตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 16,596 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่าร้อยละ 50 อยู่ในวัยทำงานตอนต้น มีอายุตั้งแต่ 25-39 ปี โดยกลุ่มอายุ 30-34 ปี ตอบแบบสำรวจสูงสุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จากการเข้าถึงและการเชื่อมต่อข่าวสารและเทคโนโลยีที่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหลายประการโดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อ อาทิ การซื้อขายสินค้า การรับและส่งข่าวสาร การสืบค้นข้อมูลหรือการเล่นเกมส์ เป็นต้น

จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารก่อให้เกิดธุรกิจพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์ และมีอิทธิพลทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันมีความสะดวกสบาย จากการข้อมูลการสอบถามผู้ที่เข้าร่วมงานสัมมนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เมื่อเดือนธันวาคม ปี 2542 พบว่า ผู้เข้าร่วมสัมมนาที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะใช้ในที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้ในการหาข้อมูลในการเดินทางและท่องเที่ยว รองลงมา คือ การจองบริการ

โรงแรมและที่พัก การติดต่อเกี่ยวกับการเช่ารถหรือยานพาหนะในการเดินทาง การจองตั๋วเครื่องบินและการจองบริการการนำเที่ยว นอกจากนี้จึงเป็นการให้บริการอื่นๆ เช่น การสั่งซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2544) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้ใช้บริการในปัจจุบันซึ่งมักจะมีการวางแผนก่อนออกเดินทาง โดยทำการค้นหาข้อมูลบริการต่าง ๆ ในระยะสั้นในที่ทำงานหรือบ้าน และจัดการการเดินทางด้วยตนเอง โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญลำดับต้นๆ ในตัดสินใจการซื้อหรือจองสินค้าและบริการ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) โดยในเว็บไซต์ต่าง ๆ จะมีการเสนอราคาส่วนลดพิเศษออกมาดึงดูดใจให้ผู้ใช้บริการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการที่จะสามารถเปรียบเทียบราคาได้ง่ายขึ้น ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้ามาดูข้อมูลที่ต้องการได้ตลอดเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกและขยายโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจทางด้านโรงแรมนั้นซึ่งเป็นงานบริการและไม่ต้องส่งมอบสินค้าที่มีการจับต้องได้จริง ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถปรับตัวเข้ากับการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของสินค้าและบริการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและดีกว่าสินค้าในอุตสาหกรรมอื่น

ปัจจุบันเว็บไซต์ที่ให้บริการจองห้องพักโรงแรมในราคาพิเศษนั้น พบว่ามีให้บริการหลายเว็บไซต์ อาทิ Agoda, Booking, Hotel Quickly, Travelodge, Air Asia Go, Tripadvisor, Traveloga, Tooktrip, HotelCombined, Hotelclub, Zuji, Hotelworld, Asiarooms, Trivago, Mbooking และ Expedia เป็นต้น โดยเว็บไซต์ดังกล่าวได้รวบรวมที่พักหลายประเภทมารวมกัน และมีกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับผู้ใช้บริการเพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการตัดสินใจโดยการซื้อบริการจองที่พักผ่านเว็บไซต์ มีผลต่อการเพิ่มยอด

การใช้บริการของที่พักโรงแรม เนื่องจากระบบการขายบริการของที่พักโรงแรมสามารถขายได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง และสามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ โดยในบางเว็บไซต์สามารถเลือกชำระเงินได้ที่โรงแรมโดยตรง โดยจากการจัดอันดับเว็บไซต์ของโรงแรมที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย โดยได้จัดเว็บไซต์จองโรงแรมที่คนไทยนิยมใช้บริการดังนี้ Agoda, Expedia, Hotel, Booking, Hotels Combined และ Tripadvisor จากการจัดอันดับดังกล่าวเป็นแนวทางช่วยให้ผู้วิจัยจำกัดขอบเขตเว็บไซต์สำหรับการจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น

ทั้งนี้จากการใช้บริการเว็บไซต์สำหรับการซื้อบริการห้องพักโรงแรม ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รวมถึงชอบศึกษาเทคโนโลยีใหม่ แสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ อีกทั้งมีความพร้อมด้านการเงิน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้จากการทำงานของตนเอง รวมถึงสามารถตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อในบริการนั้น ๆ นอกจากนั้นแล้วกลุ่มวัยทำงานยังเป็นกลุ่มที่มีการวางแผนในการใช้บริการต่างๆ ก่อนทำการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่มีผลต่อการการใช้บริการที่พักโดยการศึกษาปัจจัยจากกลุ่มคนวัยทำงานจะมีส่วนอย่างมากในการช่วยต่อยอดในการสร้างคุณภาพของผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการมีความพร้อมและมีบริการที่ดี สามารถส่งผลให้ผู้ใช้บริการจดจำและก่อให้เกิดการใช้ซ้ำในอนาคต รวมไปถึงการใช้บริการของกลุ่มคนวัยทำงานยังมีส่วนต่อการพัฒนาและสร้างการแข่งขันเว็บไซต์สำหรับจองที่พักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการห้องพักโรงแรม ของผู้ใช้บริการวัยทำงานชาวไทย ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้

ทราบถึงปัจจัยใดที่มีส่วนในการช่วยตัดสินใจในการซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มคนในวัยทำงานชาวไทย ซึ่งไม่จำกัดเพศชายและหญิง
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการห้องพักโรงแรม ของผู้ใช้บริการวัยทำงานชาวไทย ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ แรงจูงใจในการเลือกซื้อบริการ

2.1.1 ด้านความต้องการของลูกค้า

2.1.2 ด้านราคา

2.1.3 ด้านความสะดวกในการซื้อ

2.1.4 ด้านการติดต่อสื่อสาร

2.1.5 ด้านความเอาใจใส่

2.1.6 ด้านการตอบสนองความต้องการ

2.1.7 ด้านความสะดวกสบาย

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1.1 การตัดสินใจเลือกซื้อห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2.1.2 ความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้าปลีกห้องพักได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจด้านโรงแรม ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและความต้องการในการเลือกซื้อที่พักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อให้ทราบข้อมูลด้านการตลาด เพื่อทำการพัฒนาตลาดให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการวัยทำงานชาวไทยที่ใช้บริการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้ว ของวัยทำงานเพื่อซื้อบริการห้องพักโรงแรม ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
3. การบริการ หมายถึง การกระทำหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการวัยทำงานที่ใช้บริการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
4. อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์นานาชาติที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการวัยทำงานที่ใช้บริการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

5. วัยทำงาน หมายถึง วัยที่มีอายุตั้งแต่ 15 - 60 ปี ที่ใช้บริการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณในการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งมุ่งเน้น ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความสะดวกสบาย ลักษณะของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวัยทำงานโดยใช้แบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากงานวิจัยเอกสารทางวิชาการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากร คือ วัยทำงานที่ไม่จำกัดเพศหญิง และเพศชาย

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ (W.G. Cochran, 1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ผลการคำนวณจากสูตรใช้ขนาดประชากรอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง

ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 1 ประเภท ดังนี้

1. แบบสอบถามปลายปิด เป็นแบบกำหนดคำตอบไว้โดยเรียบร้อย หรือให้คำตอบจากรายการที่กำหนดไว้ให้วัยทำงาน จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวัดระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ scale ชนิด 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาโดยการหาพิสัยของอันตรภาคชั้นจากสูตร

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ดังนั้นการกำหนดการใช้ความหมายของแต่ละอันตรภาคชั้นของการวัดระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรม ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีลำดับคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่า มีระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่า มีระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบเห็นว่า มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขอความร่วมมือ วิทยุผู้ทำงาน จำนวน 400 คน ในการให้ความอนุเคราะห์ ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการ วิเคราะห์ทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยการ ใช้แบบสอบถามปลายปิด สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การกระจายร้อยละ และแจกแจงความถี่
2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวิทยุทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวิทยุทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อศึกษาความ

ต้องการในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวิทยุทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวิทยุทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในระดับมากที่สุด 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ ผู้ใช้บริการสามารถจองที่พักได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเข้าถึงง่าย และความสะดวกในการจองทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

2. ด้านราคา ผู้ใช้บริการสามารถเปรียบเทียบราคากับที่พักใกล้เคียงได้ ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับสภาพและบรรยากาศโดยรอบที่พัก และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน

3. ด้านความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมสภาพ และบรรยากาศโดยรอบที่พักผ่านทางเว็บไซต์ก่อนตัดสินใจได้ สามารถเลือกช่วงเวลาที่จะพักได้ตามต้องการ สามารถเลือกที่ตั้งของที่พักได้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่จะไปได้ และได้รับข้อเสนอแนะที่ดีจากผู้ที่เคยใช้บริการที่พัก

4. ด้านการตอบสนองความต้องการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง การชำระค่าบริการมีความปลอดภัย มีคำอธิบายขั้นตอนการสั่งซื้อ การชำระเงินชัดเจนอ่านเข้าใจง่าย เมื่อมีปัญหาหรือคำถามสามารถติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการยืนยันการสั่งซื้อรวดเร็วและถูกต้องโดยผ่านระบบอีเมล หรือข้อความสั้น (SMS) ของระบบโทรศัพท์มือถือ และมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. ด้านความสะดวกสบาย

1.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพิ่มจำนวนโรงแรมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับให้มากขึ้น

1.2 รักษาความสะอาดของห้องพักให้เป็นมาตรฐาน

1.3 เพิ่มอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักให้มากขึ้น ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ด้านความเอาใจใส่

2.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้พนักงานโรงแรมบริการให้ประทับใจ มีความเต็มใจในการให้บริการ

2.2 ต้องการให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ช่วยเหลือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในกรณีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้มากขึ้น

3. ด้านการติดต่อสื่อสาร

3.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เพิ่มช่องทางการกระจายข้อมูลโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้บ่อยขึ้น และหลากหลายช่องทาง

3.2 เพิ่มโปรโมชั่นสิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจ

3.3 เข้าร่วมกิจกรรมออกบูธในงานท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3.4 ส่งเสริมการขายกับบัตรเครดิตหรือเครือข่ายมือถือให้มากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ศึกษามุ่งศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 2) ความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2. เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุ 21 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ซื้อบริการห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 1-2 ครั้ง/ปี เว็บไซต์ที่ใช้ในการจองห้องพักคือ

ผลการศึกษา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในระดับมากที่สุด 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ ผู้ใช้บริการสามารถจองที่พักได้ตลอด 24 ชั่วโมง และ

เข้าถึงง่าย และความสะดวกในการจองทั้งทางเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน

2. ด้านราคา ผู้ใช้บริการสามารถเปรียบเทียบราคากับที่พักใกล้เคียงได้ ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับสภาพและบรรยากาศโดยรอบที่พัก และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน

3. ด้านความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมสภาพ และบรรยากาศโดยรอบที่พักผ่านทางเว็บไซต์ก่อนตัดสินใจได้ สามารถเลือกช่วงเวลาที่จะพักได้ตามต้องการ สามารถเลือกที่ตั้งของที่พักได้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่จะไปได้ และได้รับข้อเสนอแนะที่ดีจากผู้ที่เคยใช้บริการที่พักร

4. ด้านการตอบสนองความต้องการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า การจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง การชำระค่าบริการมีความปลอดภัย มีคำอธิบายขั้นตอนการสั่งซื้อ การชำระเงินชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย เมื่อมีปัญหาหรือคำถามสามารถติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการยืนยันการสั่งซื้อรวดเร็วและถูกต้อง โดยผ่านระบบอีเมล หรือข้อความสั้น (SMS) ของระบบโทรศัพท์มือถือ และมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษา ความต้องการในการเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. ด้านความสะดวกสบาย

1.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพิ่มจำนวนโรงแรมที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และยอมรับให้มากขึ้น

1.2 รักษาความสะอาดของห้องพักให้เป็นมาตรฐาน

1.3 เพิ่มอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักให้มากขึ้น ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ด้านความเอาใจใส่

2.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้พนักงานโรงแรมบริการให้ประทับใจ มีความเต็มใจในการให้บริการ

2.2 ต้องการให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ช่วยเหลือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในกรณีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้มากขึ้น

3. ด้านการติดต่อสื่อสาร

3.1 ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เพิ่มช่องทางการกระจายข้อมูลโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้บ่อยขึ้น และหลากหลายช่องทาง

3.2 เพิ่มโปรโมชั่นสิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจ

3.3 เข้าร่วมกิจกรรมออกบูธในงานท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3.4 ส่งเสริมการขายกับบัตรเครดิตหรือเครือข่ายมือถือให้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรม ของผู้ช่วยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในระดับมากที่สุด 4 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านความสะดวกในการติดต่อคล้อยกับงานวิจัยของปรีชา กาวีอิน (2551) ที่ได้

ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายพบว่าผู้ใช้บริการสามารถจองที่พักได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเข้าถึงง่าย และความสะดวกในการจองทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ด้านราคา ผู้ใช้บริการสามารถเปรียบเทียบราคากับที่พักใกล้เคียงได้ราคาที่พักรมีความเหมาะสมกับสภาพและบรรยากาศโดยรอบที่พัก และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน ด้านความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมสภาพและบรรยากาศโดยรอบที่พักผ่านทางเว็บไซต์ก่อนตัดสินใจได้ สามารถเลือกช่วงเวลาที่จะพักได้ตามต้องการ สามารถเลือกที่ตั้งของที่พักได้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่จะไปได้ และได้รับข้อเสนอแนะที่ดีจากผู้ที่เคยใช้บริการที่พัก ด้านการตอบสนองความต้องการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง การชำระค่าบริการมีความปลอดภัย มีคำอธิบายขั้นตอนการสั่งซื้อ การชำระเงินชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย เมื่อมีปัญหา หรือคำถามสามารถติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการยืนยันการสั่งซื้อรวดเร็วและถูกต้อง โดยผ่านระบบอีเมล หรือข้อความสั้น (SMS) ของระบบโทรศัพท์มือถือ และมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสมาชิก

ผลการศึกษา ความต้องการในการเลือกซื้อบริการห้องพักโรงแรมของผู้ใช้บริการวัยทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีดังนี้ 1) ด้านความสะดวกสบาย ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มจำนวนโรงแรมที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและยอมรับให้มากขึ้น รักษาความสะอาดของห้องพักให้เป็นมาตรฐานเพิ่มอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

ให้มากขึ้น ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ 2) ด้านความเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้พนักงานโรงแรมบริการให้ประทับใจ มีความเต็มใจในการให้บริการ ต้องการให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ช่วยเหลือเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในกรณีต่างๆที่เกิดขึ้นให้มากขึ้น 3) ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตต้องการให้เพิ่มช่องทางการกระจายข้อมูลการส่งเสริมการขายให้บ่อยขึ้น และหลากหลายช่องทาง เพิ่มโปรโมชั่นสิทธิพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจ เข้าร่วมกิจกรรมออกบูธในงานท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการขายกับบัตรเครดิตหรือเครือข่ายมือถือให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. งานวิจัยฉบับนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ค้าปลีกห้องพัก ได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
2. งานวิจัยฉบับนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจด้านโรงแรม ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อและความต้องการในการเลือกซื้อที่พักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต
3. งานวิจัยฉบับนี้ทำให้ทราบข้อมูลด้านการตลาด เพื่อทำการพัฒนาตลาดให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อห้องพักและบริการโรงแรม ของผู้ช่วยทำงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

บรรณานุกรม

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2557). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557: ส่วนงานดัชนีและสำรวจ สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการศึกษา.
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2544). **การสำรวจเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2544**. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **การท่องเที่ยวนานาชาติ ปี พ.ศ. 2551**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
- ปรีชา กาวิอิน. (2551). **พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques, 1st ed., John Wiley & Sons.