

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม
ขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา**
**Factors which influencig The large hotel accommodation decision of Thai tourists in Khao Yai
Area, Pak Chong, Nakhon Ratchasima Province**

จรรววรรณ โปสาวัง¹ และกนกพร ชัยประสิทธิ์²

10.14456/jrgbsrangsit.2021.17

(Received: May 3, 2020; Revised: June 23, 2020; Accepted: June 24, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน จากจำนวน 10 โรงแรม ซึ่งเลือกเข้าพักแบบคัดสรรใจมาเอง เข้าถึงได้ง่ายและให้ความร่วมมือ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติ t-test, One-Way ANOVA และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-25,000 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านสถานที่, ด้านการส่งเสริมทางการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ พบว่า ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา มีวิธีการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 คน ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1-2 วัน ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคน 1 คืน ประมาณ 1,001-1,999 บาท และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักคือ เพื่อน

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย, โรงแรมขนาดใหญ่, การตัดสินใจ, ส่วนประสมทางการตลาด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Abstract

The study aimed 1) to examine demographic factors ,namely sex, age, education, occupation and income, which influenced Thai tourists' decision to choose large hotel accommodation in the Khao Yai area, Pak Chong, Nakhon Ratchasima, 2) to investigate marketing mix factors, which influenced the large hotel accommodation decision of the Thai tourists in Khao Yai area, Pak Chong, Nakhon Ratchasima, and 3) to study factors affecting Thai tourists' decision to choose large hotel accommodation in the Khao Yai area, Pak Chong, Nakhon Ratchasima. The sample of this study consisted of 400 Thai tourists from 10 hotels. It is good that these samples made a decision by themselves, were easily accessible and provided information cooperatively. The non-probability sampling was used. The questionnaire was used as a research instrument. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Using t-test, One-Way ANOVA analysis and correlation Spearman was to test the hypothesis.

The results revealed that the demographic aspects were mostly female, ages between 18 - 25 years old, Bachelor's degree or equivalent, working in private companies, and income per month between 15,000-25,000 baht. From the marketing mix factors, it was found that the product, price, location, marketing promotion, the personnel, the creation & demonstration of the physical characteristics and the process had correlated with the decision to choose the accommodation of large hotels in Khao Yai area, Pak Chong district, Nakhon Ratchasima at the significance level of .05. In the factors affecting the decision to use the service, it was found that most Thai tourists who used hotel accommodation in Khao Yai area, Pak Chong district, Nakhon Ratchasima during the past year made a reservation via a travel website, were approximately 1-2 people a party, and took average duration of 1-2 days. The average accommodation cost per person was 1,001 - 1,999 baht a night. Moreover, the influencer to choose the accommodation was a friend.

Keywords: Thai tourists, large hotel, decision, marketing mix

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญในการช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเจริญก้าวหน้า เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญมากต่อการพัฒนาธุรกิจที่น่าสนใจ ซึ่งประเทศไทยได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยการยึดหลักนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ต้องเร่งปรับปรุง คือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีความปลอดภัย อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นแหล่งที่มีการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย แหล่งโบราณคดีและโบราณสถานต่างๆ มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ไม่เหมือนใคร และยังเป็นประเทศที่มองเห็นความสำคัญในการท่องเที่ยวทางค่าบริการที่มีศักยภาพและยังสามารถสร้างรายได้กระจายไปทั่วประเทศ พร้อมทั้งยังพัฒนาระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของเอเชีย (Tourism Capital of Asia) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Tourism Destination) ในการพัฒนาและการบริการด้านการท่องเที่ยว (นาตยา, 2555)

ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาในช่วงปี พ.ศ. 2559 ถึง 2561 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตที่ดี แต่ยังมีจุดบกพร่องในด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว อาทิเช่น เส้นทางที่เชื่อมกับสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย ครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย และยังมีขาดกลยุทธ์การตลาด สำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2561) และความผันผวนของเศรษฐกิจภายในประเทศในช่วงกลางปี พ.ศ. 2561 ส่งผลกระทบให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงเหลือ 2,324,336 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2560 และในปี พ.ศ. 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเหลือเพียง 2,235,579 ล้านคน โดยปริมาณนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจากจำนวน 2,282,772 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 ลดเหลือ 2,198,564 ล้านคน แต่เป็นการลดจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก และหากสังเกตจากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยเมื่อเทียบกับชาวต่างชาติแล้ว เขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาถือได้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทย ให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว และมีแนวโน้มในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เติบโตเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 1.1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และรายได้จากการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง

จังหวัดนครราชสีมา ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 - 2561

ประเภทนักท่องเที่ยว	2559		2560		2561	
	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)
คนไทย	1,942,244	6,695.42	2,282,772	8,494.42	2,198,564	7,264.96
คนต่างชาติ	35,454	149.76	41,564	191.38	37,015	168.78
รวม	1,977,698	6,845.18	2,324,336	8,685.80	2,235,579	7,433.75

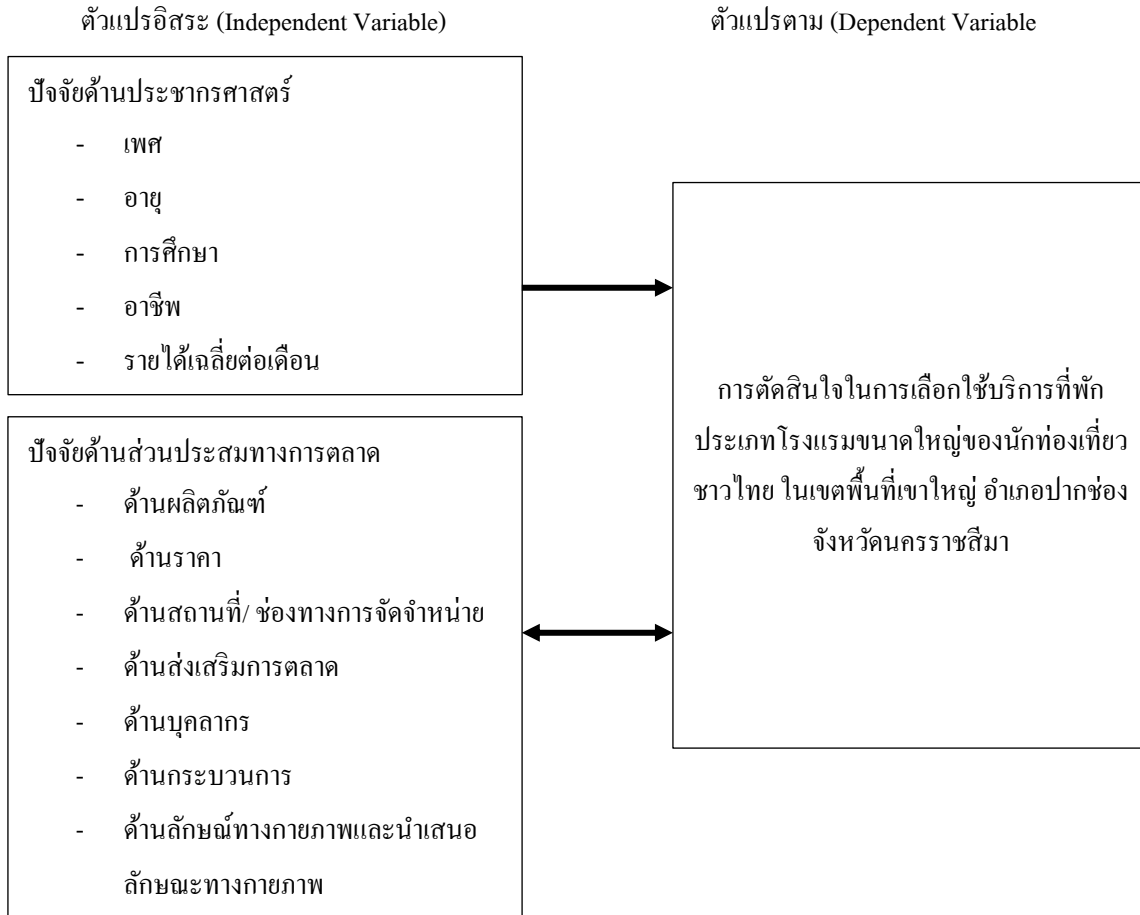
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยว, (2560)

จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ และชื่นชอบในการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมไปถึงปัจจัยด้านการรวมตัวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งช่วยให้การเดินทางระหว่างประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านให้มีความสะดวกมากขึ้น (จันทิมา, 2558) ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจประเภทโรงแรมเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นนี่คือเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำไปค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มากกระตุ้นให้เกิดการเข้าพัก ควรใช้ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประเภทโรงแรม และนำผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นข้อเสนอแนะหรือใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในการลงทุนธุรกิจประเภทโรงแรม รวมถึงเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะให้กับเจ้าของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันในการวางแผนและพัฒนากิจการเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงการให้บริการที่พักให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถนำมากำหนดแนวทางการวางแผนและการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมที่พักประเภทโรงแรมในพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

3. กรอบแนวความคิดการวิจัย



ที่มา: โสภิตา รัตนสมโชค, 2558

4. การดำเนินการวิจัย

ประชากรที่จะใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรได้แน่นอน จึงต้องคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่องจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนโรงแรมทั้งหมด 10 โรงแรม ดังนี้ (1) โรงแรม โอเชเวน วิลล่า เขาใหญ่ (2) เลอ มอนเต้ เขาใหญ่ (3) โรงแรม โบทานิกา เขาใหญ่ (4) โรงแรม กรีนเนอร์ รีสอร์ท เขาใหญ่ (5) โรงแรม บาลิออส เขาใหญ่ (6) โรงแรม ดุสิต ดี2 เขาใหญ่ (7) โรงแรม มาย โอโซน เขาใหญ่ (8) โรงแรม Parco by Bonanza (9) โรงแรม เอสเคป เขาใหญ่ (10) โรงแรม เทมส์ วิลลีย์ เขาใหญ่ ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาโรงแรมขนาดใหญ่โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วน

องค์ประกอบของประชากร กล่าวคือ เมื่อต้องการกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โรงแรมขนาดใหญ่มีทั้งหมด 10 โรงแรม โดยแบ่งแจกแบบสอบถามโรงแรมละ 40 คน เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการ ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เก็บข้อมูลบริเวณแผนกส่วนหน้าที่ Check-in/Check-out บริเวณ Lobby ในช่วงระยะเวลา 08.00-17.00 น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจาก แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามจะเป็นคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนของคุณลักษณะด้านพฤติกรรมทั่วไป ที่เกี่ยวกับทัศนคติและประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รวมไปถึงการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นและระดับการตัดสินใจใช้บริการต่างๆ การประเมินเป็น 5 ระดับ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด, เห็นด้วยมาก, เห็นด้วยปานกลาง, เห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยสุด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เป็นสถิติใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความแตกต่าง ของตัวแปร โดยสถิติ ดังนี้

2.1) ใช้สถิติ Independent - Sample t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% ($\alpha = 0.05$)

2.2) ใช้สถิติ One-Way ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95% ($\alpha = 0.05$)

2.3) ทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สามารถแบ่งได้เป็นเพศชาย ร้อยละ 45.3 และเพศหญิง ร้อยละ 53.8 มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ร้อยละ 60.3 มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 54.5 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-25,000บาท ร้อยละ 38.0 มากที่สุด

ข้อมูลด้านพฤติกรรมทั่วไป ที่เกี่ยวกับทัศนคติและประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ที่เคยใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 70.0 มีวิธีในการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว ร้อยละ 85.3 เดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 คน ร้อยละ 56.8 มีระยะเวลามาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1-2 วัน ร้อยละ 51.0 มีค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักโดยเฉลี่ยต่อคน 1 คืน ประมาณ 1,001-1,999 บาท ร้อยละ 56.0 และผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักคือ เพื่อน ร้อยละ 46.0 มากที่สุด

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8350 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสภาพของห้องพัก/ที่พัก มีการตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ปัจจัยด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4910 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคาห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ปัจจัยด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5175 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการเดินทางไปที่พักมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3725 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาลอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ปัจจัยด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5254 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6090 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสมเช่น กล้องวงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 เมื่อพิจารณา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อมีความสะดวกสบายในการ Check in/Out มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาจะพบว่า ด้านกระบวนการเป็นอันดับที่แรก รองลงมานักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดเป็นด้านผลิตภัณฑ์ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับที่ 3 สำหรับด้านบุคลากรนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดเป็นอันดับที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่เป็นอันดับที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเป็นอันดับที่ 6 และนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดเป็นอันดับที่ 7

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ที่แตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ประชากรศาสตร์ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันพบว่าค่า Sig. = .008 แสดงว่าส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ กับ การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ตัวแปรอิสระ		การให้บริการ (Y ₁)	วิธีการจอง (Y ₂)	จำนวนคนเข้าพัก (Y ₃)	ระยะเวลาในการพัก (Y ₄)	ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (Y ₅)	บุคคลที่ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก (Y ₆)	การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ (Y)
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	Correlation	-.104	.139	-.091	-.035	-.046	-.106	-.134
	Sig.	.017*	.015*	.069	.481	.358	.034*	.007**
ด้านราคา (X ₂)	Correlation	-.144	.181	-.048	-.120	-.154	-.047	-.144
	Sig.	.004**	.010*	.339	.017*	.012*	.350	.004**
ด้านสถานที่ (X ₃)	Correlation	-.127	.279	-.020	-.032	-.088	-.116	-.099
	Sig.	.011*	.000**	.695	.527	.078	.020*	.048*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (X ₄)	Correlation	.181	.512	-.133	-.056	-.047	.139	-.127
	Sig.	.000**	.000**	.008**	.267	.350	.005**	.011*
ด้านบุคลากร (X ₅)	Correlation	.115	.111	.070	.096	-.039	-.022	.115
	Sig.	.022*	.026*	.165	.055	.439	.658	.022*
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X ₆)	Correlation	.512	.117	.066	.078	.042	.105	.117
	Sig.	.000**	.019*	.191	.117	.404	.036*	.019*
ด้านกระบวนการ (X ₇)	Correlation	.102	.578	.099	.094	.111	.069	.578
	Sig.	.040*	.000**	.047*	.059	.026*	.168	.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p ≤ .01)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p ≤ .05)

ผลการวิเคราะห์ทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .007, ด้านราคา (X₂) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .004, ด้านสถานที่ (X₃) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .048, ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (X₄) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .011, ด้านบุคลากร (X₅) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .022, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (X₆) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .019 และ ด้านกระบวนการ (X₇) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .000 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (Y)

6. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ด้านประชากรศาสตร์

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สอดคล้องกับวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณและคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อายุ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเดือนใจ ศรีชะฎา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพญา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันจะตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ อัครเดช เนตรสุวรรณ และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

การศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ในระดับการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีหรือเทียบเท่า แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิชัยของ อิทธิชัยทองไพบุลย์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันจะตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อาชีพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทิมา รักมันเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฐ ชวนชมและคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอ

เขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน จะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในเขตพญาโดยภาพรวมแตกต่างกัน

ด้านส่วนประสมทางการตลาด

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสรั้และนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมขนาดใหญ่ ในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ธนัษพร ราตรีโชติและกนกพร ชัยประสิทธิ์(2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสรั้และนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ การะเกด แก้วมรกต (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสรั้และนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศหญิงได้เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการควรมีพื้นที่ให้เพศหญิงในการเข้ามาพักแรมที่โรงแรมมากยิ่งขึ้น ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่แน่นหนามากกว่าเดิม และมีการบริการต่างๆ ให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น และดูแลรักษาคุณภาพในการบริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มگردึงดูดการมาใช้บริการ อีกทั้งผู้ประกอบการเองควรสร้างจุดสนใจให้ทุกเพศทุกวัยเข้ามาใช้บริการ

2. ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงกระบวนการด้านบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการแก่ผู้บริโภค เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาที่พักจากเว็บไซต์อื่นๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง จึงทำให้ลูกค้าบางกลุ่มไม่ได้รับความสะดวกสบายในการเลือกจองห้องพักเท่าที่ควร

3. ผู้ประกอบการควรออกแบบที่พักที่มีการตกแต่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของโรงแรม และมีความโดดเด่นสวยงาม มีห้องพักให้เลือกหลากหลาย จะช่วยสร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

4. กระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด คือการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ดังนั้น ที่พักโรงแรมควรเน้นบรรยากาศของโรงแรมเพื่อสร้างบรรยากาศในการพักผ่อนที่มุ่งเน้นด้านความสบายในทุกๆ ด้าน

5. ผู้ประกอบการควรเลือกทำเล ที่ตั้งของที่พักให้เหมาะสม โดยการนำเสนอจุดเด่นของที่พัก เช่น มีธรรมชาติล้อมรอบ ทัศนียภาพทั้งภายในและภายนอกห้องพัก ความเงียบ ความสะดวกสบาย เหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อน

6. ผลการศึกษาทำให้ทราบว่าปัจจัยต่างๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกายภาพ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว สามารถทำให้ผู้ประกอบการนำไปปรับใช้กับธุรกิจของตนเองได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้บริการหรือนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อดึงดูดแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านการวางแผนในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาปรับใช้ในการปรับปรุงรูปแบบวิธีการโฆษณาการท่องเที่ยวและการโรงแรมให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงโรงแรมในเขตพื้นที่เขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยหวังว่า ผลการศึกษานี้และข้อเสนอแนะข้างต้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ รวมถึงช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่พัก และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกินประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยว. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และรายได้จากการท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th>
- การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. (Unpublished Master's thesis), มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี.
- จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- จิรัฐ ชวนชมและคณะ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักที่รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่รีสอร์ท อำเภอเขาแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์. (Unpublished Master's thesis), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพมหานคร.
- เดือนใจ ศรีชะฎา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(1)
- ธนัชพร ราตรีโชติและกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- นาคยา เจริญผล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.

- สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา. (2561). สรุปผลการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จังหวัดนครราชสีมา.วารสารสำนักงานจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัด, 2560 (2), 16-27.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (Unpublished Master's independent study), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- อัครเดช เนตรสุวรรณและคณะ (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการประเภทที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 2555 (2), 63-71
- อิทธิชัย ทองไพบูลย์. (2552). ความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวในเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. (Unpublished Master's thesis), มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.