

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวหทัยชนก นิรันดร์ไชย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเดกิง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ โรงแรมระดับสามดาวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาปัญหาในการเลือกใช้บริการ โรงแรมระดับสามดาวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมสามดาวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ

ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการมีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด

นักท่องเที่ยวชาวไทยจะตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมด้วยตนเอง โดยมีเพื่อนเป็นผู้ให้คำแนะนำ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ 2-3 เดือนต่อครั้งๆละ 2-3 วัน จะเลือกใช้บริการจากทางโรงแรมโดยตรง มีการสอบถามข้อมูลจากคนที่เคยพัก และชำระเงินผ่านบัตรเครดิต

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ รายได้ต่อเดือน และระดับอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในจังหวัดเชียงใหม่

Title	Behavior on the Selection of Three Star Hotel Service Using in Muang District, Chiangmai Province of Thai Tourists
Author	Miss Hathaichanok Nirundomchai
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Pusnisa Thechatakerng

ABSTRACT

This study was aimed to explore: 1) behavior on the selection of three star hotel services using in Muang district, Chiangmai province of Thai tourists and 2) problems in using the services by the Thai tourists. A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 Thai tourists staying at the three star hotels. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package.

Findings revealed that most of the respondents were female, 20-25 years old, bachelor's degree graduates, and company employees. Most of them had domicile in the North of Thailand. It was found that physical appearance, process and market factors (product, price, distribution channel, market promotion, and personnel) had a high level of the importance towards the decision-making to stay at the hotels. The respondents were advised by their friends and decided to stay at the hotels by themselves. Their purpose was to visit Chiangmai during weekend; once per 2-3 months, 2-3 day per visit. They had inquired their acquaintances about the hotels before making the decision and usually used credit cards for room payment. It was also found that there was a relationship between the selection to used the hotel services and personal factors (sex and monthly income). Besides, there was a relationship between the selection to used the hotel services and market factor: product, price, distribution channel, market promotion, personnel physical appearance, and process.