

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกที่พักใน
อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ผู้เขียน

นางสาว อรพรรณ วรรณสุพริ้ง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกที่พัก ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

จากการเก็บข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,00 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยคือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวในอำเภอเชียงคาน คือ แหล่งทางท่องเที่ยว ธรรมชาติ เช่น แก่งคุดคู้ จุดชมวิวกุดกอก ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำโขง สิ่งที่น่าสนใจในเชียงคาน คือ การที่เป็นเมืองเก่าแก่ ประเภทที่พักแรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกพักแรมในอำเภอเชียงคานคือโฮมสเตย์ เดินทางมาอำเภอเชียงคานด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล โดยเป็นการมาท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นครั้งแรก เป็นการท่องเที่ยวและพักแรมกับกลุ่มเพื่อน และจะเข้าพักเป็นหมู่คณะ 3-5 คน เป็นจำนวน 2 คืน เลือกที่จะเข้าพักแรมช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

ในช่วงเดือน มีนาคม โดยเลือกที่พักแรมที่มีวิวติดกับแม่น้ำโขง จองที่พักล่วงหน้าโดยติดต่อโดยตรงกับโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ราคาห้องพักที่เลือกใช้บริการคือ 501-999 บาท และเลือกชำระเงินด้วยเงินสด สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักแรม คือ ต้องการความสงบเงียบและเป็นส่วนตัว ส่วนใหญ่หาข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกที่พักคือตนเอง และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในการเข้าใช้บริการที่พักแรมในครั้งนี้

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน 10 อันดับแรกคือ มีความถูกต้องของรูปแบบห้องพักที่ท่านได้จองไว้ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและเป็นมิตร มีจำนวนห้องพักที่เพียงพอ มีความสะอาดตามบริเวณส่วนต่างๆของที่พัก และห้องพักภายในห้องพัก มีบรรยากาศเงียบสงบ และเป็นส่วนตัว อุปกรณ์เครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์ มีความสะอาดดูใหม่ พนักงานมีทักษะในการสื่อสารที่ดี พนักงานให้บริการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมภายในห้องพักไม่มีกลิ่นอับ ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพในการให้บริการ ราคาห้องพักราคาแพงแต่คุณภาพและบริการดี มีการแต่งออกแบบภายในห้องพักของที่พัก และมีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้ารับบริการ

Independent Study Title	Behavior of Thai Tourists Towards Choosing Accommodations in Chiang Khan District, Loei Province
Author	Miss Oraphun Wannasupring
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

This independent study aimed to examine behavior of Thai tourists towards choosing accommodations in Chiang Khan District, Loei Province. Research samplings were specified to 400 Thai tourists who traveled Chiang Khan district, Loei province. Data collection was completed by using quota sampling technique; then the derived data were analyzed by using descriptive statistics including frequency, percentage and mean.

The study results revealed that the majority of the respondents were females, age between 21-30, single, the highest level of education was Bachelor Degree, being school students/ university students and had fixed income 5,000-10,000 baht per month.

According to consumer behavior, it was found that most respondents travel to Chiang Khan district, Loei province for tourism/stayed. The top destinations of tourism attractions in Chiang Khan district, Loei province were Kaeng Kood Koo, Phu Tork scenic point and landscape of Maekhon River Bank. The impression of Chiang Khan was an ancient city. The most accommodation type chosen by the tourists in Chiang Khan District was Homestay, traveled to Chiang Khan district by personal cars, was their first time travel to the district, traveled and stayed with friends, stayed by group of 3-5 people for two nights. Most of them chose to travel and stayed on Saturdays-Sunday, chose to travel and stayed on March, chose the accommodation where was located next to the bank of Maekhong River. They previously booked

the hotels, resort, guest houses, or homestays directly. The chosen price of accommodation was 501-999 baht, paid with cash. The reasons of chosen the accommodation were wanted quietness and privacy. Most of them searched information from the internet. The most influential person in choosing accommodation was themselves and they felt satisfied with using service of the accommodation.

The study's results of service marketing mix factors affecting choosing accommodation in Chiang Khan district, Loei province found that the respondents considered 10 sub-factors of service marketing mix with highest mean score were the rooms that they stayed is the same as the room they seen from internet, accommodation officer were good human relation with proper manners, smiles, politeness, and friendliness, the numbers of rooms must be available enough for the customer, cleanliness of area of the accommodation and room, atmosphere in the room are quietness and privacy, cleanliness and newly look of facilities and furniture, accommodation officer were good in communication, accommodation officer take care customers with fairness, no stuffy in the room, room rate value for money, high price and high quality room, good interior design of the accommodation and neatness of the room before check in.