

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยการเลือกห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยวในโรงแรมระดับ 3 ดาว กรณีศึกษา โรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรูปแบบห้องพักอาศัยในโรงแรมของนักท่องเที่ยวและเพื่อศึกษารูปแบบของห้องพักอาศัยและการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักอาศัยในห้องพักของโรงแรม รวมทั้งจะได้ทราบข้อมูลพื้นฐานและความต้องการการเลือกใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในการพักอาศัยที่โรงแรมจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้นับได้ว่าเป็นการสำรวจศักยภาพของการพัฒนาที่อยู่อาศัยแบบชั่วคราวประเภท โรงแรมระดับ 3 ดาว ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษารวมถึงธุรกิจโรงแรมอื่นๆ ในการตัดสินใจวางแผนและพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงยกระดับการให้บริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับที่สูงขึ้น เป็นปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศให้มีศักยภาพและเป็นแหล่งที่มาของรายได้สำคัญของประเทศ การศึกษาในครั้งนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการห้องพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ เป็นผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 ตัวอย่าง นำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ เชื้อชาติ/สัญชาติ ศาสนา สถานภาพการสมรส และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมและแสดงผลการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการบรรยายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และนำเสนอในรูปแบบของตารางความถี่ และร้อยละ และแผนภาพแสดงผลการวิเคราะห์

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยของผู้ใช้บริการห้องพักอาศัยของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ นำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรม ซึ่งแสดงถึงผลการศึกษาเกี่ยวกับ จุดประสงค์การพักอาศัย ระยะเวลาการพักอาศัย จำนวนครั้งที่เคยเข้าพัก ประเภทห้องพักที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ รวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับขนาดห้องพัก ชั้นที่พักรที่ชอบ และพฤติกรรมการเลือกวิวทิวทัศน์ห้องพัก ความพึงพอใจในการตกแต่งห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้โรงแรมจัดบริการและราคาห้องพัก โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญต่อการเลือกห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยว ในส่วนนี้นำเสนอผล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการบรรยายถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรม และนำเสนอในรูปแบบของตาราง ความถี่ และร้อยละ

**ส่วนที่ 3** ข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุง แบ่งเป็น 3 ด้านคือ ด้านการบริการ ด้านอาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่โรงแรมควรจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นำเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการบรรยาย และนำเสนอในรูปแบบของตาราง โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ นอกจากนี้ยังได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังให้ทางโรงแรมจัดบริการและอำนวยความสะดวกให้

ในการนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนข้างต้น จะแสดงผลการศึกษาทั้งในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว และในบางส่วนจะนำเสนอโดยจำแนกตามตัวแปรอื่นๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ในภาพรวม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่มีจำนวน 367 คน
2. ผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย มีทั้งสิ้น 3 กลุ่มดังนี้
  - 2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนา (จำนวน 122 คน)
  - 2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง (จำนวน 137 คน)
  - 2.3 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง (จำนวน 108 คน)

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการห้องพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

ในการนำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ด้านบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้นำประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ เชื้อชาติ/สัญชาติ ศาสนา สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยพิจารณาในลักษณะภาพรวมจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 367 ตัวอย่าง พร้อมทั้งนำเสนอผลพิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งมี 3 กลุ่ม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน / ร้อยละ	เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
กลุ่มสัมมนา	จำนวน(คน)	52	70	122
	% ของยอดรวม	14.17	19.07	33.24
กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	63	74	137
	% ของยอดรวม	17.17	20.16	37.33
กลุ่มจองห้องพักเองโดยตรง	จำนวน(คน)	46	62	108
	% ของยอดรวม	12.53	16.89	29.43
รวม	จำนวน(คน)	161	206	367
	% ของยอดรวม	43.87	56.13	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ



ที่มา : จากการสำรวจ ธันวาคม2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.1 ในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 56.13 และเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 43.87

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์จากข้อมูลโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย จำนวน 3 กลุ่ม ผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนา มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 33.24 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ที่มีจำนวน 367 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 19.07 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 14.17

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่มีจำนวน 367 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 20.16 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 17.17

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 29.43 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่มีจำนวน 367 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 16.89 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 12.53

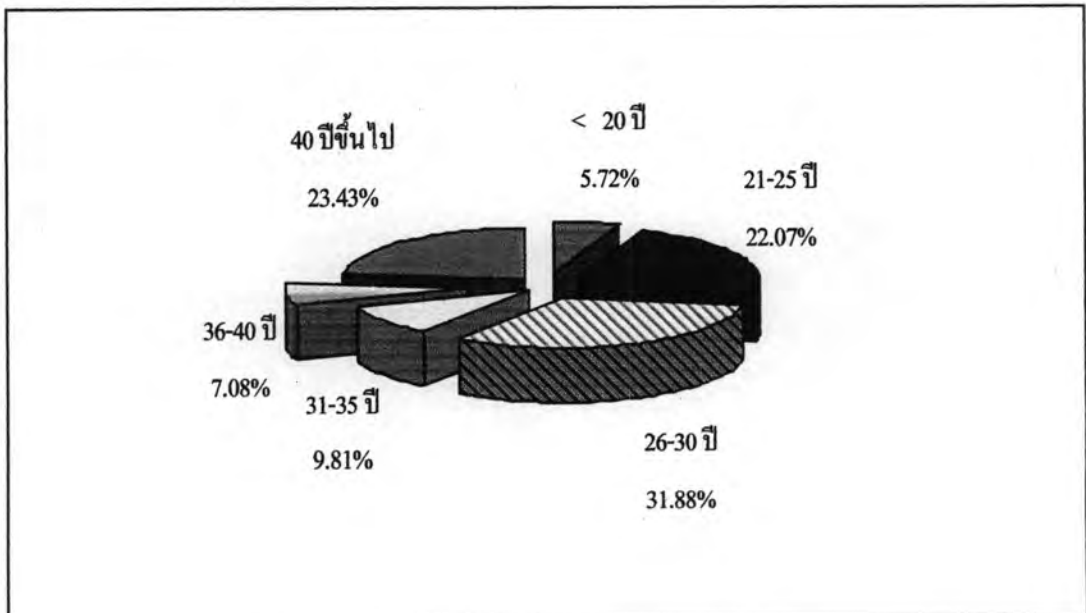
## 4.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุและกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน / ร้อยละ	อายุ						รวม
		< 20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	40 ปีขึ้นไป	
กลุ่มสัมมนา	จำนวน(คน)	5	31	43	11	11	21	122
	% ของยอดรวม	1.36	8.45	11.72	3.00	3.00	5.72	33.24
กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	2	29	56	16	8	26	137
	% ของยอดรวม	0.54	7.90	15.26	4.36	2.18	7.08	37.33
กลุ่มจองห้องพักเองโดยตรง	จำนวน(คน)	14	21	18	9	7	39	108
	% ของยอดรวม	3.81	5.72	4.90	2.45	1.91	10.63	29.43
รวม	จำนวน(คน)	21	81	117	36	26	86	367
	% ของยอดรวม	5.72	22.07	31.88	9.81	7.08	23.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550



จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.88 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.43 และอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.07

ผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เกี่ยวกับข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนา ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.72 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพัก ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.26 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.63

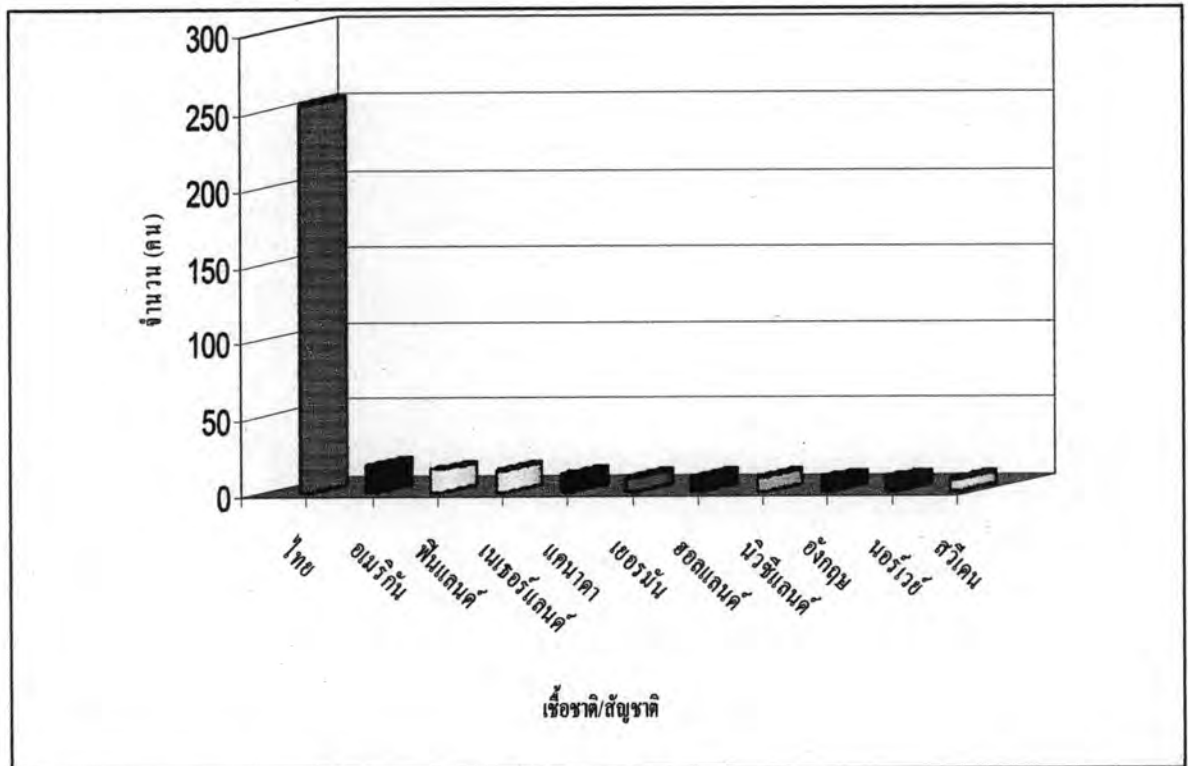
#### 4.1.3 เชื้อชาติ/สัญชาติ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยว

สัญชาติ	กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จองโดยตรง		กลุ่มจองโดยตรง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไทย	122	33.24	98	26.70	33	8.99	253	68.94
อเมริกัน	-	-	12	3.27	5	1.36	17	4.63
อังกฤษ	-	-	2	0.54	6	1.63	8	2.18
แคนาดา	-	-	3	0.82	8	2.18	11	3.00
ฟินแลนด์	-	-			14	3.81	14	3.81
เยอรมัน	-	-	2	0.54	7	1.91	9	2.45
ฮอลแลนด์	-	-	4	1.09	5	1.36	9	2.45
เนเธอร์แลนด์	-	-	6	1.63	7	1.91	13	3.54
นิวซีแลนด์	-	-	4	1.09	5	1.36	9	2.45
นอร์เวย์	-	-	4	1.09	4	1.09	8	2.18
สวีเดน	-	-	2	0.54	5	1.36	7	1.91
อื่นๆ	-	-			9	2.45	9	2.45
รวม	122	33.24	137	37.33	108	29.43	367	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.3 ในภาพรวมของการพิจารณาข้อมูลทั่วไปด้านเชื้อชาติ/สัญชาติของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 367 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นคนไทย มีจำนวน 253 คน ร้อยละ 68.94 รองลงมาคืออเมริกัน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63 และชาวฟินแลนด์ จำนวน 14 คน ร้อยละ 3.81 ผู้เข้าพักที่เป็นสัญชาติอื่น เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา เยอรมัน ฮอลแลนด์ นิวซีแลนด์ อังกฤษ นอร์เวย์ สวีเดน เป็นต้น

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนา ทั้งหมดเป็นคนไทย มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 33.24 สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่เป็นคนไทย คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมาเป็นคนอเมริกันร้อยละ 3.27 และเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 1.63 ตามลำดับ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่เป็นคนไทย คิดเป็นร้อยละ 8.99 รองลงมาเป็นคนฟินแลนด์ ร้อยละ 3.81 และชาวแคนาดา ร้อยละ 2.18 ตามลำดับ

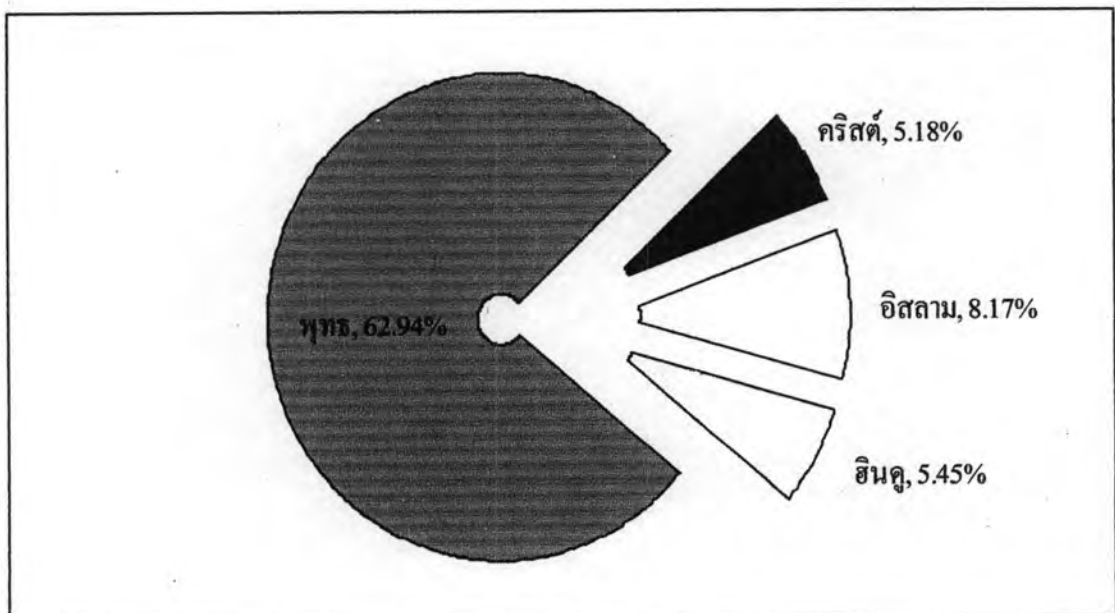
#### 4.1.4 ศาสนา

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา และกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน / ร้อยละ	ศาสนา					รวม
		พุทธ	คริสต์	อิสลาม	ฮินดู	อื่นๆ	
กลุ่มสัมมนา	จำนวน(คน)	115	7	-	-	-	122
	% ของยอดรวม	31.34	1.91	-	-	-	33.24
กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	86	12	15	5	19	137
	% ของยอดรวม	23.43	3.27	4.09	1.36	5.18	37.33
กลุ่มจอง ห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	30	-	15	15	48	108
	% ของยอดรวม	8.17	-	4.09	4.09	13.08	29.43
รวม	จำนวน(คน)	231	19	30	20	67	367
	% ของยอดรวม	62.94	5.18	8.17	5.45	18.26	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤติการณ์ 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา



ที่มา : จากการสำรวจ พฤติการณ์ 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านศาสนาโดยแบ่งเป็น ศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม ฮินดู และศาสนาอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 367 คน พบว่าส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนา พุทธ มีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 62.94 รองลงมาคือศาสนาอิสลาม มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.17 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมผัส ส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 31.34 ในส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพัก โดยตรง ส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 23.43 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 8.17 สำหรับกลุ่มอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.08 เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ได้นับถือศาสนา

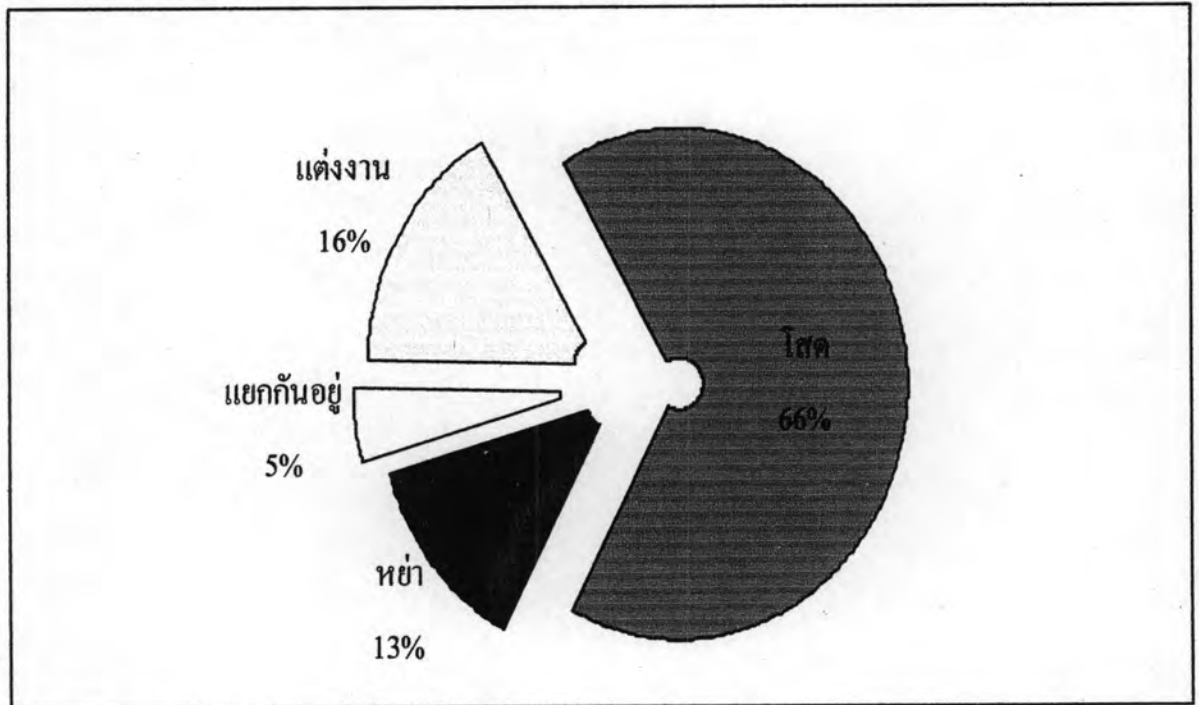
#### 4.1.5 สถานภาพ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกสถานภาพสมรส และตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน / ร้อยละ	สถานภาพ				รวม
		โสด	หย่า	แยกกันอยู่	แต่งงาน	
กลุ่มสัมมนา	จำนวน(คน)	90	4	2	26	122
	% ของยอดรวม	24.52	1.09	0.54	7.08	33.24
กลุ่มไม่ได้จองห้องพัก โดยตรง	จำนวน(คน)	90	22	8	17	137
	% ของยอดรวม	24.52	5.99	2.18	4.63	37.33
กลุ่มจองห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	63	21	7	17	108
	% ของยอดรวม	17.17	5.72	1.91	4.63	29.43
รวม	จำนวน(คน)	243	47	17	60	367
	% ของยอดรวม	66.21	12.81	4.63	16.35	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.5 ในภาพรวมของการพิจารณาข้อมูลทั่วไปด้านสถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 367 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นคนโสดคิดเป็นร้อยละ 66.35 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 16.35 และสถานภาพหย่า คิดเป็นร้อยละ 12.81 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาข้อมูลโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มพบว่า ข้อมูลมีลักษณะของเดียวกันกล่าวคือ ส่วนใหญ่เป็นคนโสด โดยในกลุ่มสัมมนา เป็นคนโสด ร้อยละ 24.52 รองลงมาคือสมรส ร้อยละ 7.08 ส่วนกลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง เป็นคนโสด ร้อยละ 24.52 รองลงมาเป็นสถานภาพหย่า ร้อยละ 5.99 และกลุ่มจองห้องพักเองโดยตรง เป็นคนโสด ร้อยละ 17.17 รองลงมาคือสถานภาพหย่า ร้อยละ 5.72 ตามลำดับ



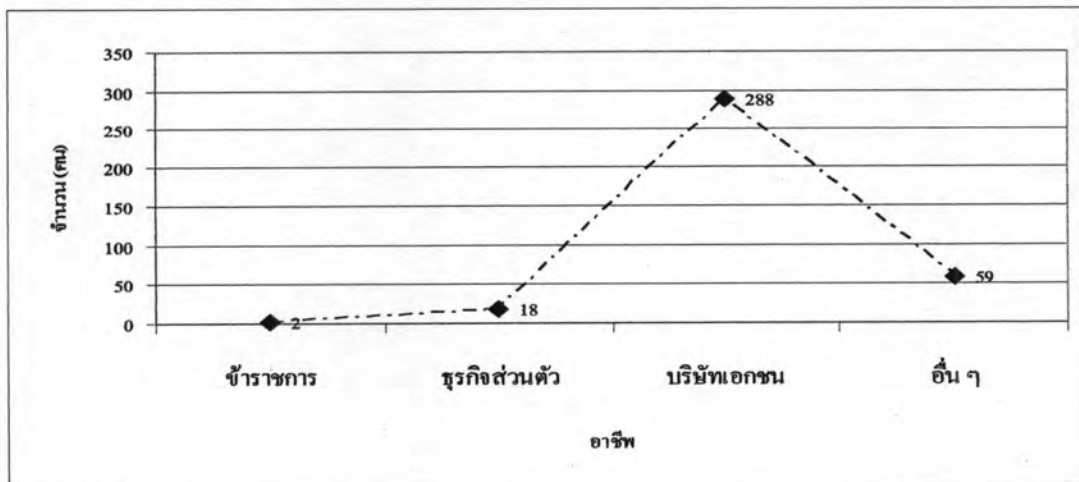
## 4.1.6 อาชีพ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน / ร้อยละ	อาชีพ				รวม
		ข้าราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	บริษัทเอกชน	อื่น ๆ	
กลุ่มสัมมนา	จำนวน(คน)	-	2	108	12	122
	% ของยอดรวม	-	0.54	29.43	3.27	33.24
กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	1	2	112	22	137
	% ของยอดรวม	0.27	0.54	30.52	5.99	37.33
กลุ่มจอง ห้องพักโดยตรง	จำนวน(คน)	1	14	68	25	108
	% ของยอดรวม	0.27	3.81	18.53	6.81	29.43
รวม	จำนวน(คน)	2	18	288	59	367
	% ของยอดรวม	0.54	4.90	78.47	16.08	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปด้านอาชีพโดยแบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ ธุรกิจส่วนตัว บริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน พบว่าส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 78.47 รองลงมาคือ กลุ่มอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย ผู้เกษียณอายุงาน แม่บ้าน ผู้ว่างงานและนักศึกษา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.08

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการพิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ประกอบการอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เข้าพักในโรงแรมโดยไม่ได้จองห้องพักโดยตรง (หรือเป็นกลุ่มที่เข้าพักโดยสั่งจองจากบริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทภาคเอกชนต่างๆ) รองลงมาเป็นกลุ่มประชุม สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 29.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ภาพรวมข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน) (n = 367 คน)	ร้อยละ (100.00)
1. เพศ	หญิง	206	56.13
	ชาย	161	43.87
2. อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	21	5.72
	21-25 ปี	81	22.07
	26-30 ปี	117	31.88
	31-35 ปี	36	9.81
	36-40 ปี	26	7.08
	40 ปี ขึ้นไป	86	23.43
	3. เชื้อชาติ/ สัญชาติ	ไทย	253
อเมริกัน		17	4.63
ฟินแลนด์		14	3.81
เนเธอร์แลนด์		13	3.54
แคนาดา		11	3.00
เยอรมัน		9	2.45
สอตแลนด์		9	2.45
นิวซีแลนด์		9	2.45
อังกฤษ		8	2.18
นอร์เวย์		8	2.18
สวีเดน		7	1.91
อื่น ๆ		9	2.45

ตารางที่ 4.7 ภาพรวม ข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน) (n = 367 คน)	ร้อยละ (100.00)
4. ศาสนา	พุทธ	231	62.94
	คริสต์	19	5.18
	อิสลาม	30	8.17
	ฮินดู	20	5.45
	อื่น ๆ	67	18.26
5. สถานภาพ	โสด	243	66.21
	แต่งงาน	60	16.35
	หย่า	47	12.81
	แยกกันอยู่	17	4.63
6. อาชีพ	บริษัทเอกชน	288	78.47
	ธุรกิจส่วนตัว	18	4.90
	ข้าราชการ	2	0.54
	อื่น ๆ	59	16.08

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปด้าน เพศ อายุ เชื้อชาติ/สัญชาติ ศาสนา สถานภาพการสมรส และ อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปดังนี้

**เพศ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.13 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 43.87

**อายุ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 31.88 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.43 อายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.07 ตามลำดับ

**เชื้อชาติ/สัญชาติ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนไทย คิดเป็นร้อยละ 68.94 รองลงมาคืออเมริกัน ร้อยละ 4.63 และฟินแลนด์ ร้อยละ 3.81 ที่เหลือเป็นกลุ่มชาวยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา เยอรมัน สกอตแลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน นิวซีแลนด์ และอังกฤษ เป็นต้น

**ศาสนา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 62.94 รองลงมาคือศาสนา อิสลาม ร้อยละ 8.17 ตามลำดับ นอกนั้นเป็นผู้นับถือศาสนาฮินดู คริสต์ และบางส่วนเป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่นับถือศาสนาใดๆ

**สถานภาพ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.21 มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 16.35 ตามลำดับ

**อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 78.47 ที่เหลือเป็นกลุ่มอาชีพอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย ผู้เกษียณอายุงาน แม่บ้าน ผู้ว่างงานและนักศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 16.08 และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 4.90 โดยมีผู้เป็นข้าราชการเพียงร้อยละ 0.54 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่มีจำนวน 367 คน

#### 4.2 ข้อมูลการใช้บริการห้องพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

การศึกษาข้อมูลการใช้บริการห้องพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับ จุดประสงค์การพักอาศัย ระยะเวลาการพักอาศัย ความถี่ในการพักอาศัย ความชอบและพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบห้องพักอาศัย ขนาดห้องพัก ชั้นที่พัก วิวทิวทัศน์ห้องพัก การตกแต่งห้องพัก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และราคาห้องพัก ผลการศึกษาดังนี้

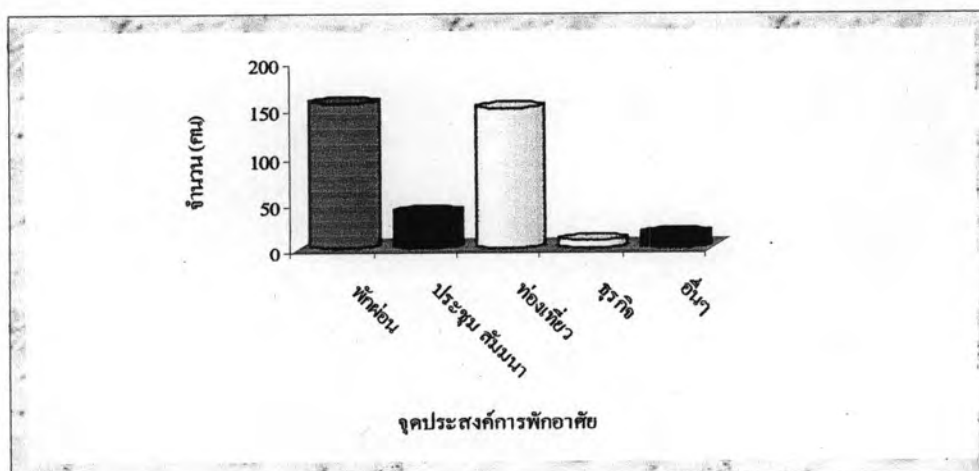
##### 4.2.1 จุดประสงค์การพักอาศัย

ตารางที่ 4.8 จุดประสงค์การพักอาศัย

จุดประสงค์การพักอาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	155	42.23
ท่องเที่ยว	149	40.60
ประชุม สัมมนา	39	10.63
ธุรกิจ	9	2.45
อื่นๆ	15	4.09
รวม	367	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.7 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์การพักอาศัย



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550





จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัยเพื่อเป็นการพักผ่อน มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 42.23 รองลงมาคือเพื่อการท่องเที่ยว มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 40.60 และเพื่อการประชุม สัมมนา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.63 ตามลำดับ สำหรับจุดประสงค์อื่นๆ ซึ่งมีร้อยละ 4.09 ประกอบด้วยจุดประสงค์เพื่อมาพบกับคนในครอบครัว เพื่อพบเพื่อน และมาทำงาน เป็นต้น

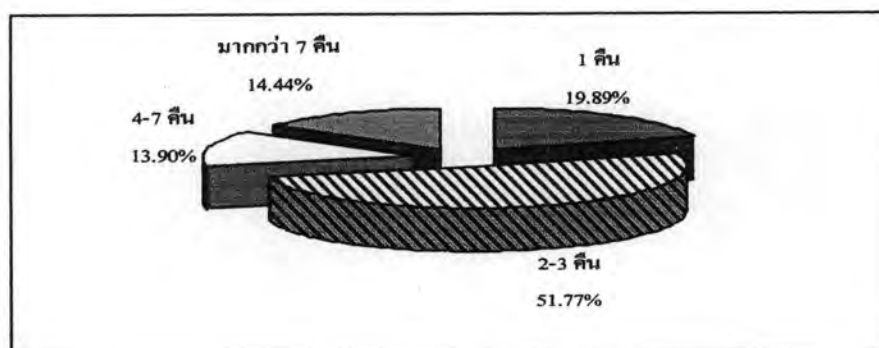
#### 4.2.2 ระยะเวลาการพักอาศัย

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาการพักอาศัย จำแนกตามจุดประสงค์การพักอาศัย

ระยะเวลาการพักอาศัย	จำนวน / ร้อยละ	จุดประสงค์การพักอาศัย					รวม
		พักผ่อน	สัมมนา	ท่องเที่ยว	ธุรกิจ	อื่นๆ	
1 คืน	จำนวน(คน)	17	11	42	3	-	73
	% ของยอดรวม	4.63	3.00	11.44	0.82	-	19.89
2-3 คืน	จำนวน(คน)	75	25	86	4	-	190
	% ของยอดรวม	20.44	6.81	23.43	1.09	-	51.77
4-7 คืน	จำนวน(คน)	27	-	15	1	8	51
	% ของยอดรวม	7.36	-	4.09	0.27	2.18	13.90
มากกว่า 7 คืน	จำนวน(คน)	36	3	6	1	7	53
	% ของยอดรวม	9.81	0.82	1.63	0.27	1.91	14.44
รวม	จำนวน(คน)	155	39	149	9	15	367
	% ของยอดรวม	42.23	10.63	40.60	2.45	4.09	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พศช.ิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.8 ระยะเวลาพักอาศัยในห้องพักโรงแรม



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ ส่วนใหญ่เข้าพักอาศัยเป็นระยะเวลา 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 51.77 รองลงมาเข้าพักเป็นระยะเวลา 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 19.89 และระยะเวลา มากกว่า 7 คืน คิดเป็นร้อยละ 14.44 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระยะเวลาการพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์การเข้าพักอาศัย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักอาศัยเป็นระยะเวลาไม่เกิน 3 คืน(กลุ่มพักอาศัย 1 คืน และพักอาศัย 2-3 คืน) ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยเป็นระยะเวลา ตั้งแต่ 4 คืนขึ้นไป ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาการพักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ระยะเวลาการพักอาศัย	จำนวน / ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพักโดยตรง	
1 คืน	จำนวน(คน)	35	27	11	73
	% ของยอดรวม	9.54	7.36	3.00	19.89
2-3 คืน	จำนวน(คน)	80	77	33	190
	% ของยอดรวม	21.80	20.98	8.99	51.77
4-7 คืน	จำนวน(คน)	7	17	27	51
	% ของยอดรวม	1.91	4.63	7.36	13.90
มากกว่า 7 คืน	จำนวน(คน)	-	16	37	53
	% ของยอดรวม	-	4.36	10.08	14.44
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาระยะเวลาพักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มสัมมนาส่วนใหญ่พักอาศัยเป็นระยะเวลา 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 21.80 เช่นเดียวกับกลุ่มที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่พักอาศัยเป็นระยะเวลา 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 20.98 สำหรับกลุ่มจองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่พักอาศัยมากกว่า 7 คืน คิดเป็นร้อยละ 10.08

#### 4.2.3 จำนวนครั้งที่เข้าพักอาศัย

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เข้าพักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่เข้าพัก	จำนวน/ ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพัก โดยตรง	
1 ครั้ง	จำนวน(คน)	63	56	46	165
	% ของยอดรวม	17.17	15.26	12.53	44.96
2 ครั้ง	จำนวน(คน)	36	36	12	84
	% ของยอดรวม	9.81	9.81	3.27	22.89
3 ครั้ง	จำนวน(คน)	5	9	4	18
	% ของยอดรวม	1.36	2.45	1.09	4.90
มากกว่า 3 ครั้ง	จำนวน(คน)	18	36	46	100
	% ของยอดรวม	4.90	9.81	12.53	27.25
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาโดยพิจารณาจำนวนครั้งที่เข้าพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 367 คน พบว่า ส่วนใหญ่เข้าพัก จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.96 รองลงมาคือ เข้าพักมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.25 และเข้าพัก 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.89 ตามลำดับ

การพิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า

กลุ่มสัมมนาส่วนใหญ่เข้าพักเพียง 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.17 รองลงมาคือเข้าพัก 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.81

กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่เข้าพัก 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.26 รองลงมาคือเข้าพัก 2 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.81 เท่ากัน

กลุ่มจองห้องพักเองโดยตรง ส่วนใหญ่เข้าพักจำนวน 1 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง ในอัตราร้อยละ 12.53 เท่ากัน

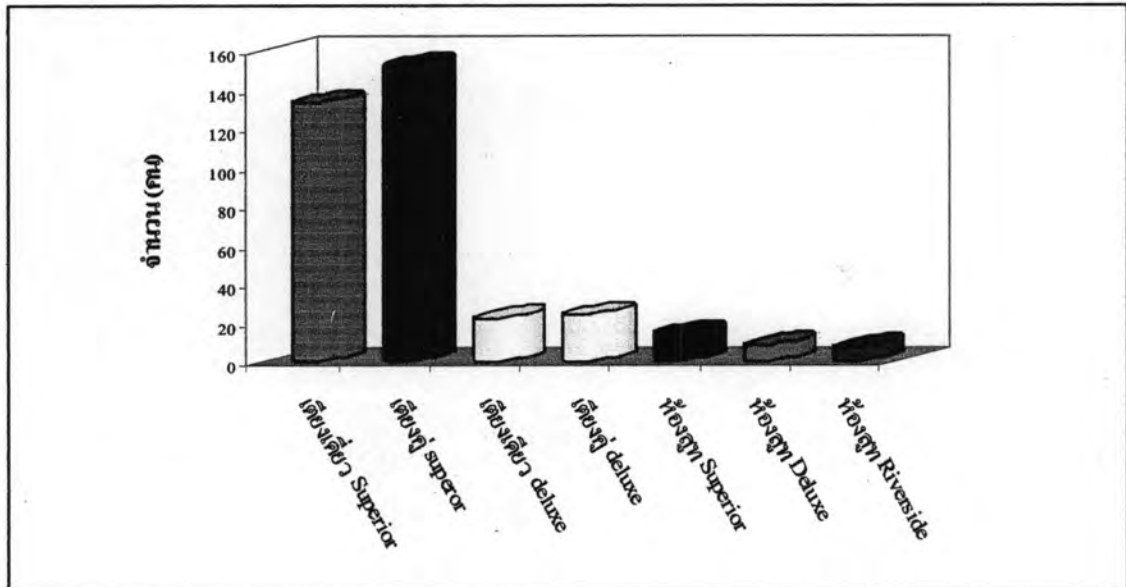
#### 4.2.4 ประเภทห้องพักที่เข้าพักอาศัย

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของประเภทห้องพักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ประเภทห้องพัก	จำนวน / ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพักโดยตรง	
เตียงเดี่ยว Superior	จำนวน(ห้อง)	41	56	37	134
	% ของยอดรวม	11.17	15.26	10.08	36.51
เตียงคู่ Superior	จำนวน(ห้อง)	55	47	51	153
	% ของยอดรวม	14.99	12.81	13.90	41.69
เตียงเดี่ยว Deluxe	จำนวน(ห้อง)	9	9	5	23
	% ของยอดรวม	2.45	2.45	1.36	6.27
เตียงคู่ Deluxe	จำนวน(ห้อง)	7	9	9	25
	% ของยอดรวม	1.91	2.45	2.45	6.81
ห้องsuite Superior	จำนวน(ห้อง)	4	8	3	15
	% ของยอดรวม	1.09	2.18	0.82	4.09
ห้องsuite Deluxe	จำนวน(ห้อง)	2	5	2	9
	% ของยอดรวม	0.54	1.36	0.54	2.45
ห้องsuite River side	จำนวน(ห้อง)	4	3	1	8
	% ของยอดรวม	1.09	0.82	0.27	2.18
รวม	จำนวน(ห้อง)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.9 จำนวนผู้พักอาศัย จำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัย



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

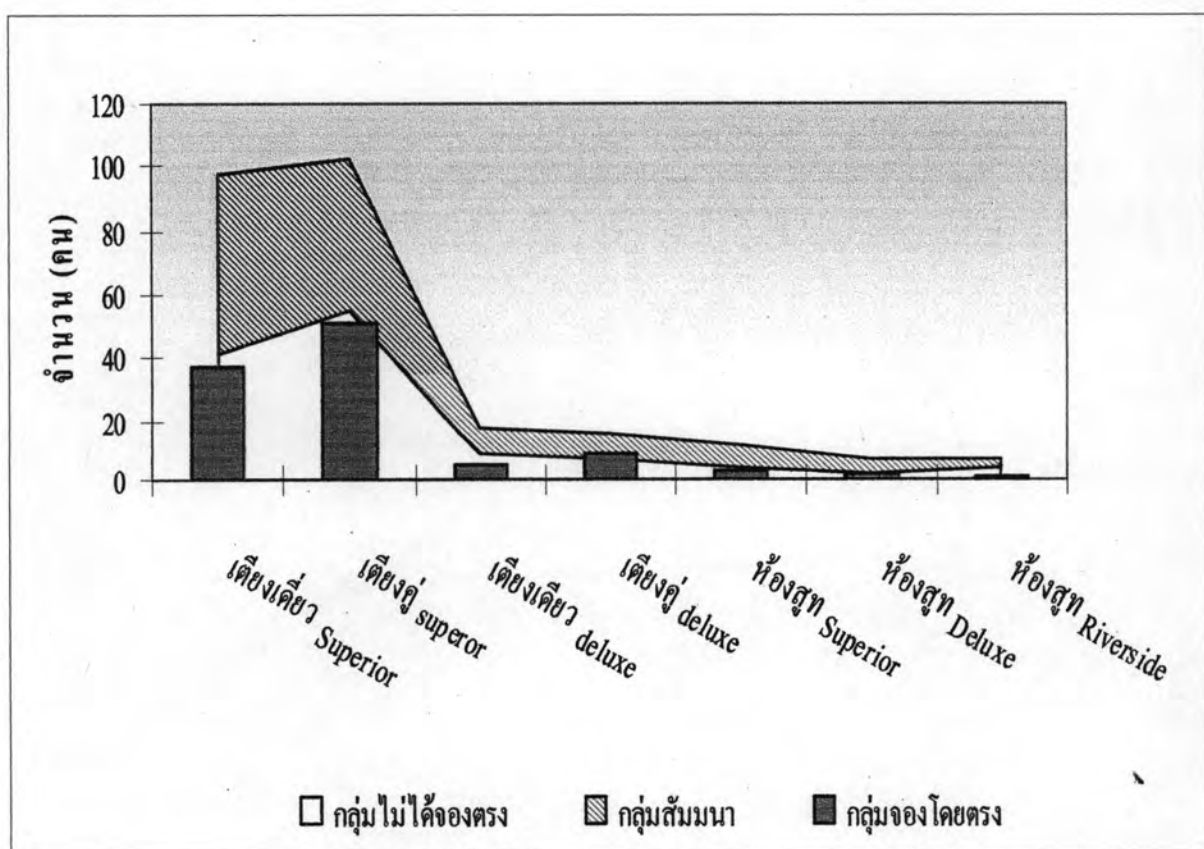


ตารางที่ 4.12 เมื่อพิจารณาในภาพรวมของการศึกษาข้อมูลด้านประเภทห้องพักอาศัยที่นักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน โดยแบ่งประเภทห้องพักเป็น 7 ประเภท ซึ่งมีระดับราคาแตกต่างกันตามสิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งห้อง และเฟอร์นิเจอร์ วิวทิวทัศน์'ขนาดห้องพักและบริการของทางโรงแรม พบว่าส่วนใหญ่เข้าพักห้องแบบเตียงคู่ Superior คิดเป็นร้อยละ 41.69 รองลงมาเป็นแบบห้องเตียงเดี่ยว Superior คิดเป็นร้อยละ 36.51 และห้องแบบเตียงคู่ Deluxe ร้อยละ 6.81 ตามลำดับ



จากตารางที่ 4.12 เมื่อทำการศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มสัมมนา และกลุ่มจองห้องพักโดยตรงเลือกห้องพักอาศัยในลักษณะเดียวกัน คือส่วนใหญ่เข้าพักห้องแบบเตียงคู่ Superior คิดเป็นร้อยละ 14.99 และร้อยละ 13.90 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรงส่วนใหญ่เข้าพักในห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior คิดเป็นร้อยละ 15.26

แผนภาพที่ 4.10 จำนวนผู้พักอาศัย จำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัย  
เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของประเภทห้องพักอาศัย จำแนกตามจุดประสงค์การพักอาศัย

ประเภทห้องพัก	จำนวน/ร้อยละ	จุดประสงค์การพักอาศัย					รวม
		พักผ่อน	สัมมนา	ท่องเที่ยว	ธุรกิจ	อื่นๆ	
เตียงเดี่ยว Superior	จำนวน(ห้อง)	50	16	54	8	6	134
	% ของยอดรวม	13.62	4.36	14.71	2.18	1.63	36.51
เตียงคู่ Superior	จำนวน(คน)	62	9	77	1	4	153
	% ของยอดรวม	16.89	2.45	20.98	0.27	1.09	41.69
เตียงเดี่ยว Deluxe	จำนวน(ห้อง)	12	11	-	-	-	23
	% ของยอดรวม	3.27	3.00	-	-	-	6.27
เตียงคู่ Deluxe	จำนวน(ห้อง)	19	1	5	-	-	25
	% ของยอดรวม	5.18	0.27	1.36	-	-	6.81
ห้องsuite Superior	จำนวน(ห้อง)	8	2	5	-	-	15
	% ของยอดรวม	2.18	0.54	1.36	-	-	4.09
ห้องsuite Deluxe	จำนวน(ห้อง)	3	-	3	-	3	9
	% ของยอดรวม	0.82	-	0.82	-	0.82	2.45
ห้องsuite River side	จำนวน(ห้อง)	1	-	5	-	2	8
	% ของยอดรวม	0.27	-	1.36	-	0.54	2.18
รวม	จำนวน(ห้อง)	155	39	149	9	15	367
	% ของยอดรวม	42.23	10.63	40.60	2.45	4.09	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.13 การศึกษาการเลือกรูปแบบห้องพักตามประเภทห้องพักแบบต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัย ซึ่งแบ่งออกเป็นจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน การประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์การพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อการพักผ่อน มีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบห้องพักในลักษณะเดียวกัน คือเลือกห้องพักแบบเตียงคู่ Superior มากที่สุด และรองลงไปเลือกห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัย เพื่อการประชุม สัมมนา และเพื่อประกอบธุรกิจ รวมทั้งกลุ่มที่มีจุดประสงค์เพื่อการอื่นๆ พบว่ามีพฤติกรรมเลือกรูปแบบห้องพักในลักษณะที่เหมือนกัน แต่แตกต่างจากกลุ่มเพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อการพักผ่อน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เลือกห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior รองลงไปคือเลือกห้องพักแบบเตียงคู่ Superior ตามลำดับ

#### 4.2.5 ความพอใจขนาดของห้องพักอาศัย

ขนาดพื้นที่ห้องพักโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ แตกต่างตามรูปแบบของห้องพัก ดังนี้

ห้องพักแบบ เตียงเดี่ยว Superior และเตียงคู่ Superior มีขนาดพื้นที่ 24 ตารางเมตร

ห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Deluxe และเตียงคู่ Deluxe มีขนาดพื้นที่ 32 ตารางเมตร

ห้องสูท Superior ขนาดพื้นที่ 48 ตารางเมตร

ห้องสูท Deluxe ขนาดพื้นที่ 60 ตารางเมตร

ห้องสูท River side ขนาดพื้นที่ 72 ตารางเมตร

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจขนาดห้องพักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ความพอใจขนาดห้องพักอาศัย	จำนวน / ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพักโดยตรง	
พอใจ	จำนวน(คน)	116	133	108	357
	% ของยอดรวม	31.61	36.24	29.43	97.28
ไม่พอใจ	จำนวน(คน)	6	4	-	10
	% ของยอดรวม	1.63	1.09	-	2.72
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.14 ในภาพรวมจากการศึกษาความพึงพอใจขนาดห้องพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 367 คน พบว่าส่วนใหญ่พึงพอใจ มีจำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 มีเพียง 10 คน หรือร้อยละ 2.72 ที่ไม่พึงพอใจขนาดห้องพักอาศัย

ผลการศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มจองห้องพักโดยตรงทั้งหมด 108 คน พึงพอใจขนาดห้องพัก ส่วนที่เห็นว่าขนาดห้องพักไม่เหมาะสม ซึ่งมีจำนวน 10 คน มาจากผู้เข้าพักที่เป็นกลุ่มสัมมนา และกลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจขนาดห้องพักอาศัย  
จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ (บางส่วน)

เชื้อชาติ/สัญชาติ	จำนวน / ร้อยละ	ความพอใจขนาดห้องพัก		รวม
		พอใจ	ไม่พอใจ	
ไทย	จำนวน(คน)	243	10	253
	% ของยอดรวม	66.21	2.72	68.94
อเมริกัน	จำนวน(คน)	17	-	17
	% ของยอดรวม	4.63	-	4.63
ฟินแลนด์	จำนวน(คน)	14	-	14
	% ของยอดรวม	3.81	-	3.81
เนเธอร์แลนด์	จำนวน(คน)	13	-	13
	% ของยอดรวม	3.54	-	3.54

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

ตารางที่ 4.15 การศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ เฉพาะกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด 3 ลำดับแรก ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างคนไทย อเมริกา ฟินแลนด์ และเนเธอร์แลนด์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่พอใจขนาดห้องพักที่มีอยู่ทั้งหมดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.72 เป็นผู้เข้าพักที่เป็นชาวไทย ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ คือ อเมริกา ฟินแลนด์ และเนเธอร์แลนด์ พอใจกับขนาดห้องพักของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

#### 4.2.6 ความพึงพอใจชั้นที่พัก

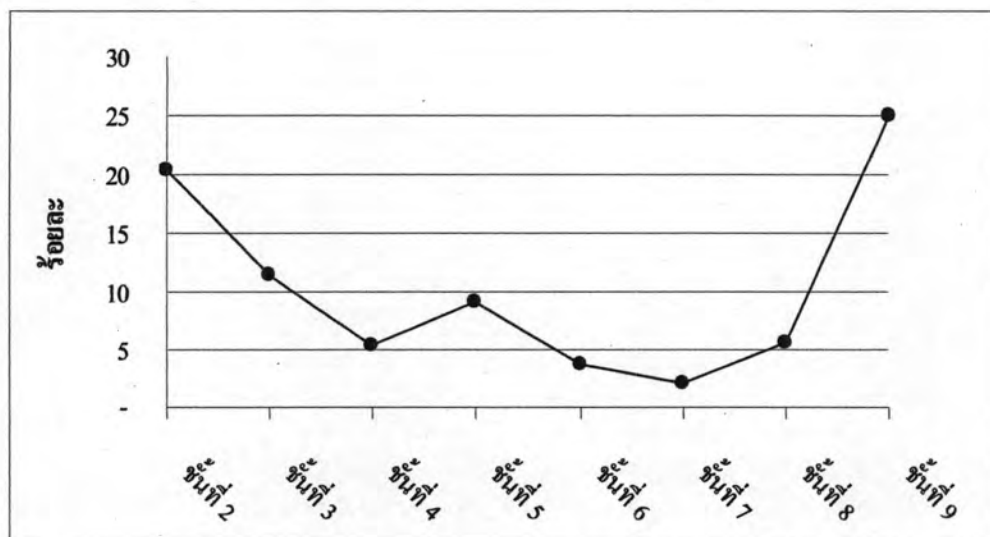
ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจชั้นที่พักอาศัย จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ชั้นห้องพัก ที่ชอบ	จำนวน/ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่ม สัมมนา	กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพัก โดยตรง	
ชั้นที่ 2	จำนวน(คน)	14	30	31	75
	% ของยอดรวม	3.81	8.17	8.45	20.44
ชั้นที่ 3	จำนวน(คน)	15	21	6	42
	% ของยอดรวม	4.09	5.72	1.63	11.44
ชั้นที่ 4	จำนวน(คน)	10	9	1	20
	% ของยอดรวม	2.72	2.45	0.27	5.45
ชั้นที่ 5	จำนวน(คน)	16	11	7	34
	% ของยอดรวม	4.36	3.00	1.91	9.26
ชั้นที่ 6	จำนวน(คน)	7	6	1	14
	% ของยอดรวม	1.91	1.63	0.27	3.81
ชั้นที่ 7	จำนวน(คน)	1	7	-	8
	% ของยอดรวม	0.27	1.91	-	2.18
ชั้นที่ 8	จำนวน(คน)	9	9	3	21
	% ของยอดรวม	2.45	2.45	0.82	5.72
ชั้นที่ 9	จำนวน(คน)	43	17	32	92
	% ของยอดรวม	11.72	4.63	8.72	25.07
อื่นๆ	จำนวน(คน)	7	27	27	61
	% ของยอดรวม	1.91	7.36	7.36	16.62
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550



แผนภาพที่ 4.11 ความพึงพอใจในชั้นที่พักอาศัย



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550



จากตารางที่ 4.16 เมื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกชั้นที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบพักชั้นที่ 9 มากที่สุด มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาชอบพักชั้นที่ 2 มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.44 และชอบพักชั้นที่ 3 มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ สำหรับชั้นอื่นๆ ซึ่งมีอยู่จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.62 กลุ่มตัวอย่างตอบว่า เป็นชั้นใดก็ได้ และบางส่วนตอบว่าชอบพักชั้นที่สูงที่สุดของอาคาร โรงแรมที่พัก

#### 4.2.7 ความพึงพอใจในทัศนียภาพของห้องพักอาศัย

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจทัศนียภาพของห้องพักอาศัย  
จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

วิวิวิททัศน์ ห้องพักที่ชอบ	จำนวน/ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	กลุ่มจอง ห้องพักโดยตรง	
ด้านธรรมชาติ	จำนวน(คน)	106	120	85	311
	% ของยอดรวม	28.88	32.70	23.16	84.74
ด้านสิ่งก่อสร้าง- สถาปัตยกรรม	จำนวน(คน)	2	-	-	2
	% ของยอดรวม	0.54	-	-	0.54
ด้านไหนก็ได้	จำนวน(คน)	14	17	23	54
	% ของยอดรวม	3.81	4.63	6.27	14.71
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550



ตารางที่ 4.17 การศึกษาพฤติกรรมการเลือกวิวิวิททัศน์ของห้องพักอาศัย โรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านธรรมชาติ ที่เป็นทัศนียภาพแม่น้ำเจ้าพระยา สะพานพระราม 8 และสะพานกรุงธนบุรี ด้านสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม และวิวิวิททัศน์ด้านใดก็ได้ จากการวิเคราะห์ ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างพอใจทัศนียภาพด้านธรรมชาติมากที่สุด มีจำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 84.74 รองลงมาตอบว่าเป็นวิวิวิททัศน์ด้านใดก็ได้ มีจำนวน 54 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.71

การศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อทราบความพอใจในทัศนียภาพของห้องพักอาศัย ให้ผลการศึกษาในลักษณะเดียวกันคือทุกกลุ่มชอบวิวทิวทัศน์ด้านธรรมชาติมากที่สุด

#### 4.2.8 รายการตกแต่งที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก

การศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการตกแต่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ ให้มีบริการในห้องพักของ โรงแรม ได้ทำการจัดประเภทรายการตกแต่งห้องพัก ออกเป็นการตกแต่งทางกายภาพ และการตกแต่ง ด้วยเฟอร์นิเจอร์ รายการตกแต่งห้องพักที่ทำการศึกษาเพื่อทราบความต้องการหรือความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่าง โดยให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 รายการ รายการตกแต่งที่ให้เลือกจัดลำดับตามประเภท เครื่องตกแต่ง ตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 รายการตกแต่งห้องพักของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

ที่	รายการ/สิ่งที่ใช้ตกแต่งห้องพัก	ประเภทเครื่องตกแต่ง
1	เคาท์เตอร์บาร์	เฟอร์นิเจอร์
2	ตู้โชว์	เฟอร์นิเจอร์
3	โต๊ะทานข้าว	เฟอร์นิเจอร์
4	โต๊ะทำงาน	เฟอร์นิเจอร์
5	โต๊ะรับแขก/โซฟารับแขก	เฟอร์นิเจอร์
6	ผนังทาสี	การตกแต่งทางกายภาพ
7	ผนังวอลล์เปเปอร์	การตกแต่งทางกายภาพ
8	พื้นแกรนิต/กระเบื้อง	การตกแต่งทางกายภาพ
9	พื้นไม้	การตกแต่งทางกายภาพ
10	พื้นปูพรม	การตกแต่งทางกายภาพ
11	ห้องนอนส่วนตัว	การตกแต่งทางกายภาพ
12	ห้องนั่งเล่น	การตกแต่งทางกายภาพ
13	ห้องรับแขก	การตกแต่งทางกายภาพ
14	ห้องอาบน้ำ	การตกแต่งทางกายภาพ
15	อ่างอาบน้ำ	การตกแต่งทางกายภาพ
16	การตกแต่งอื่น ๆ	-

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

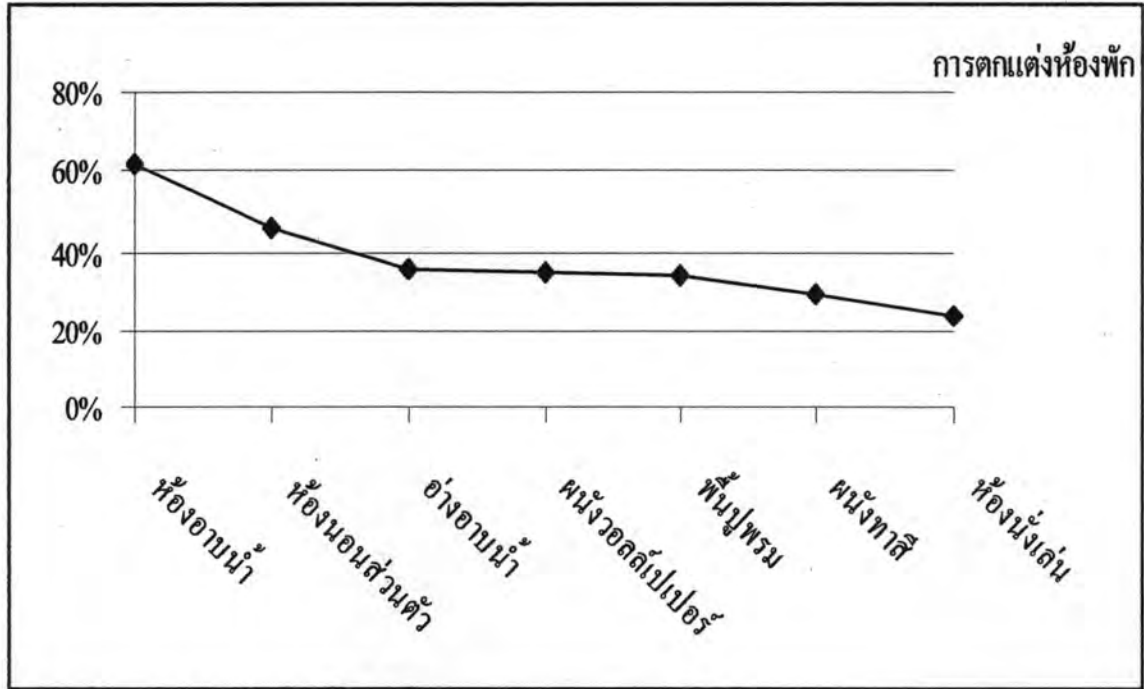
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของการตกแต่งห้องพัก

: จัดเรียงลำดับตามรายการที่ได้รับความนิยมจากมากไปน้อย

อันดับที่ ตามความชอบ	รายการตกแต่งห้องพัก	ประเภทเครื่องตกแต่ง	จำนวนที่เลือก	
			(คน)	%
1	ห้องอาบน้ำ	การตกแต่งทางกายภาพ	227	61.85
2	ห้องนอนส่วนตัว	การตกแต่งทางกายภาพ	169	46.05
3	อ่างอาบน้ำ	การตกแต่งทางกายภาพ	131	35.69
4	ผนังวอลล์เปเปอร์	การตกแต่งทางกายภาพ	128	34.88
5	พรมปูพรม	การตกแต่งทางกายภาพ	125	34.06
6	ผนังทาสี	การตกแต่งทางกายภาพ	109	29.7
7	ห้องนั่งเล่น	การตกแต่งทางกายภาพ	88	23.98
8	พื้นไม้	การตกแต่งทางกายภาพ	80	21.8
9	ห้องรับแขก	การตกแต่งทางกายภาพ	71	19.35
10	โต๊ะรับแขกโซฟารับแขก	เฟอร์นิเจอร์	67	18.26
11	เคาท์เตอร์บาร์	เฟอร์นิเจอร์	63	17.17
12	พื้นแกรนิต/กระเบื้อง	การตกแต่งทางกายภาพ	62	16.89
13	โต๊ะทำงาน	เฟอร์นิเจอร์	39	10.63
14	โต๊ะทานข้าว	เฟอร์นิเจอร์	33	8.99
15	ตู้โชว์	เฟอร์นิเจอร์	30	8.17
16	การตกแต่งอื่น ๆ	-	13	3.54

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.12 รายการตกแต่งห้องพักที่ได้รับความนิยม 5 ลำดับแรก



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เพื่อทราบการตกแต่งห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีบริการในห้องพักของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน พบว่ารายการตกแต่งทางด้านกายภาพทั้งสิ้น โดยที่กลุ่มตัวอย่างชอบหรือต้องการให้ทางโรงแรมจัดไว้บริการมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่

อันดับ 1 ห้องอาบน้ำ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 61.85

อันดับ 2 ห้องนอนส่วนตัว จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือก มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 46.05

อันดับ 3 อ่างอาบน้ำ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือก มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 35.69

อันดับ 4 ผนังวอลล์เปเปอร์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือก มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 34.88

อันดับ 5 พื้นปูพรม จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง 367 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือก มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.06



ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของรายการตกแต่งห้องพักอาศัยที่นักท่องเที่ยวชอบ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับที่ ตามประเภท	รายการตกแต่งห้องพัก	กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จองห้องโดยตรง		กลุ่มจองห้องโดยตรง		รวม		อันดับที่ ตามความชอบ
		จำนวน N = 367 คน	% 100.00	จำนวน N = 367 คน	% 100.00	จำนวน N = 367 คน	% 100.00	จำนวน N = 367 คน	% 100.00	
1	เคาท์เตอร์บาร์	26	7.08	23	6.27	14	3.81	63	17.17	11
2	ตู้โชว์	11	3	12	3.27	7	1.91	30	8.17	15
3	โต๊ะทานข้าว	11	3	18	4.9	4	1.09	33	8.99	14
4	โต๊ะทำงาน	8	2.18	14	3.81	17	4.63	39	10.63	13
5	โต๊ะรับแขกโซฟารับแขก	21	5.72	25	6.81	21	5.72	67	18.26	10
6	ผนังทาสี	28	7.63	43	11.72	38	10.35	109	29.7	6
7	ผนังวอลดีย์เปเปอร์	48	13.08	50	13.62	30	8.17	128	34.88	4
8	พื้นแกรนิต/กระเบื้อง	17	4.63	27	7.36	18	4.9	62	16.89	12
9	พื้นไม้	19	5.18	29	7.9	32	8.72	80	21.8	8
10	พื้นปูพรม	46	12.53	50	13.62	29	7.9	125	34.06	5
11	ห้องนอนส่วนตัว	57	15.53	62	16.89	50	13.62	169	46.05	2
12	ห้องนั่งเล่น	40	10.9	31	8.45	17	4.63	88	23.98	7
13	ห้องรับแขก	29	7.9	30	8.17	12	3.27	71	19.35	9
14	ห้องอาบน้ำ	69	18.8	83	22.62	75	20.44	227	61.85	1
15	อ่างอาบน้ำ	47	12.81	48	13.08	36	9.81	131	35.69	3
16	การตกแต่งอื่น ๆ	-	-	6	1.63	7	1.91	13	3.54	16

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 367 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

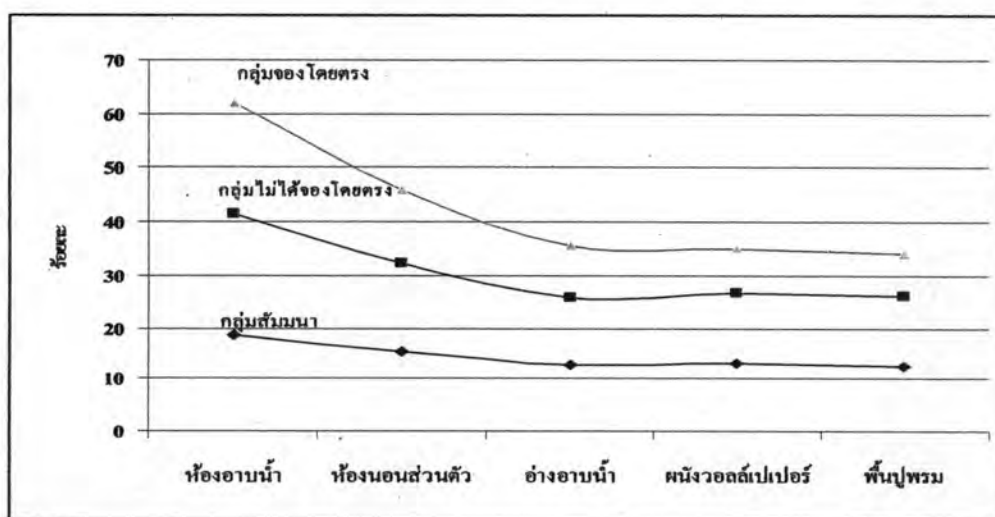


ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบรายการตกแต่งห้องพักที่นักท่องเที่ยวชอบ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับที่ตาม ความชอบ	กลุ่มนักท่องเที่ยว		
	กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพัก	กลุ่มจองห้องพัก โดยตรง
1	ห้องอาบน้ำ	ห้องอาบน้ำ	ห้องอาบน้ำ
2	ห้องนอนส่วนตัว	ห้องนอนส่วนตัว	ห้องนอนส่วนตัว
3	ผนังวอลล์เปเปอร์	ผนังวอลล์เปเปอร์	ผนังทาสี
4	อ่างอาบน้ำ	พรมปูพรม	อ่างอาบน้ำ
5	พรมปูพรม	อ่างอาบน้ำ	พื้นไม้

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.13 รายการตกแต่งห้องพักที่ได้รับความนิยม 5 ลำดับแรก จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

ตารางที่ 4.20 และตารางที่ 4.21 พิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตกแต่งห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมจัดไว้บริการในห้องพัก พบว่าทุกกลุ่มชอบรายการตกแต่งห้องอาบน้ำมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 และห้องนอนส่วนตัวมากเป็นอันดับที่ 2 เหมือนกัน ส่วนอันดับที่ 3 มีความแตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ชอบผนังทาสี ขณะที่อีก 2 กลุ่มชอบผนังวอลล์เปเปอร์ รายการตกแต่งอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มต้องการให้จัดไว้บริการเหมือนกันคือ อ่างอาบน้ำ สำหรับพื้นห้อง มีความแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรงชอบพื้นไม้ ในขณะที่อีก 2 กลุ่ม ชอบพรมปูพรม

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของรายการตกแต่งห้องพักอาศัยที่นักท่องเที่ยวชอบ จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ

อันดับที่ความชอบ	รายการตกแต่งห้องพัก	เชื้อชาติ/สัญชาติ											รวม	
		ไทย	อเมริกัน	อังกฤษ	แคนาดา	ฟินแลนด์	เยอรมัน	ฮอลแลนด์	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์	นอร์เวย์	สวีเดน		อื่นๆ
1	ห้องอาบน้ำ	40.33	3.81	2.18	0.27	3.81	1.63	1.63	3.00	1.09	2.18	0.54	1.36	61.85
2	ห้องนอนส่วนตัว	31.61	3.81	1.09	1.09	3.00	1.63	0.82	0.82	0.27	0.27	0.27	1.36	46.05
3	อ่างอาบน้ำ	26.98	3.00	-	-	2.45	0.54		1.63	1.09	-	-	-	35.69
4	ผนังวอลล์เปเปอร์	29.97	0.82	-	-	0.54	0.82	0.82	0.54	0.54	-	0.82	-	34.88
5	พื้ปูพรม	25.07	1.63	-	1.09	0.82	0.27	2.18	0.27	1.63	-	0.54	0.54	34.06
6	ผนังทาสี	14.17	3.00	2.18	3.00	-	0.27	1.63	1.36	1.09	-	1.36	1.63	29.70
7	ห้องนั่งเล่น	21.80	0.54	-	-	-	0.82		0.54		0.27	-	-	23.98
8	พื้ไม้	12.26	2.45	2.18	0.54	1.63	-	0.54	0.54	0.27	-	1.36	-	21.80
9	ห้องรับแขก	15.53	1.63	-	-	0.54	0.82		0.54	-	0.27	-	-	19.35
10	โต๊ะรับแขก/โซฟารับแขก	12.26	1.91	0.54	1.09	1.36			0.27	0.27	0.54	-	-	18.26

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 367 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของรายการตกแต่งห้องพักอาศัยที่นักท่องเที่ยวชอบ จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ (ต่อ)

อันดับที่ความชอบ	รายการตกแต่งห้องพัก	เชื้อชาติ/สัญชาติ											รวม	
		ไทย	อเมริกัน	อังกฤษ	แคนาดา	ฟินแลนด์	เยอรมัน	ออสเตรเลีย	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์	นอร์เวย์	สวีเดน		อื่นๆ
11	เคาท์เตอร์บาร์	13.90	1.63	-	-	0.54	0.54	-	0.54	-	-	-	-	17.17
12	พื้้นแกรนิต/กระเบื้อง	10.63	1.91	-	-	-	0.82	0.54	1.09	0.54	0.54	-	0.82	16.89
13	โต๊ะทำงาน	5.18	0.82	-	0.82	0.27	1.36	-	0.54	0.82	-	-	0.82	10.63
14	โต๊ะทานข้าว	7.08	0.82	-	-	-	0.54	-	0.54	-	-	-	-	8.99
15	ตู้โชว์	6.81	-	-	-	-	-	-	-	1.36	-	-	-	8.17
16	การตกแต่งอื่นๆ	-	1.09	-	1.91	-	-	0.27	-	0.27	-	-	-	3.54

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 367 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.22 พิจารณาโดยจำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตกแต่งห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมจัดไว้บริการในห้องพักเฉพาะกลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุด 5 ลำดับแรก ประกอบด้วย ไทย อเมริกัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา ผลการวิเคราะห์รายการตกแต่งห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด 5 อันดับแรก ดังนี้

**ไทย** ชอบรายการตกแต่งห้องอาบน้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.33 รองลงมาคือ ห้องนอนส่วนตัว ร้อยละ 31.61 ผ้าม่านอลังการ ร้อยละ 29.97 และอ่างอาบน้ำ พื้นปูพรม ตามลำดับ

**อเมริกัน** ชอบรายการตกแต่งห้องนอนส่วนตัวและห้องอาบน้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.81 เท่ากัน รองลงมาคือ ผ้าม่าน ร้อยละ 3.00 และอ่างอาบน้ำ พื้นไม้ ตามลำดับ

**ฟินแลนด์** ชอบรายการตกแต่งห้องอาบน้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.81 รองลงมาคือ ห้องนอนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 3.00 อ่างอาบน้ำ ร้อยละ 2.45 และพื้นไม้ โต๊ะรับแขก/โซฟารับแขก ตามลำดับ

**เนเธอร์แลนด์** ชอบรายการตกแต่งห้องอาบน้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00 รองลงมาคืออ่างอาบน้ำ คิดเป็นร้อยละ 1.63 ผ้าม่าน ร้อยละ 1.36 และพื้นแกรนิต/กระเบื้อง ห้องนอนส่วนตัว ตามลำดับ

**แคนาดา** ชอบรายการตกแต่งผ้าม่านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00 รองลงมาคือรายการตกแต่งอื่นๆ ร้อยละ 1.09 ซึ่งรายการที่กลุ่มตัวอย่างชาวแคนาดาเสนอแนะไว้คือ เตียงเสริมสำหรับนอน ม้ายาวสำหรับนั่งพักผ่อนที่ระเบียง หน้าต่างห้องขนาดใหญ่ นอกจากนี้ได้แก่ ห้องนอนส่วนตัว ร้อยละ 1.09 และพื้นแกรนิต/กระเบื้อง ห้องนอนส่วนตัว ตามลำดับ



#### 4.2.9 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก

การศึกษาความต้องการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ ให้มีบริการในห้องพักของโรงแรม โดยมีรายการสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งสิ้น 17 รายการ(รวมทั้งรายการอื่นๆ ที่ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกโดยระบุเพิ่มเติมได้) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 รายการ

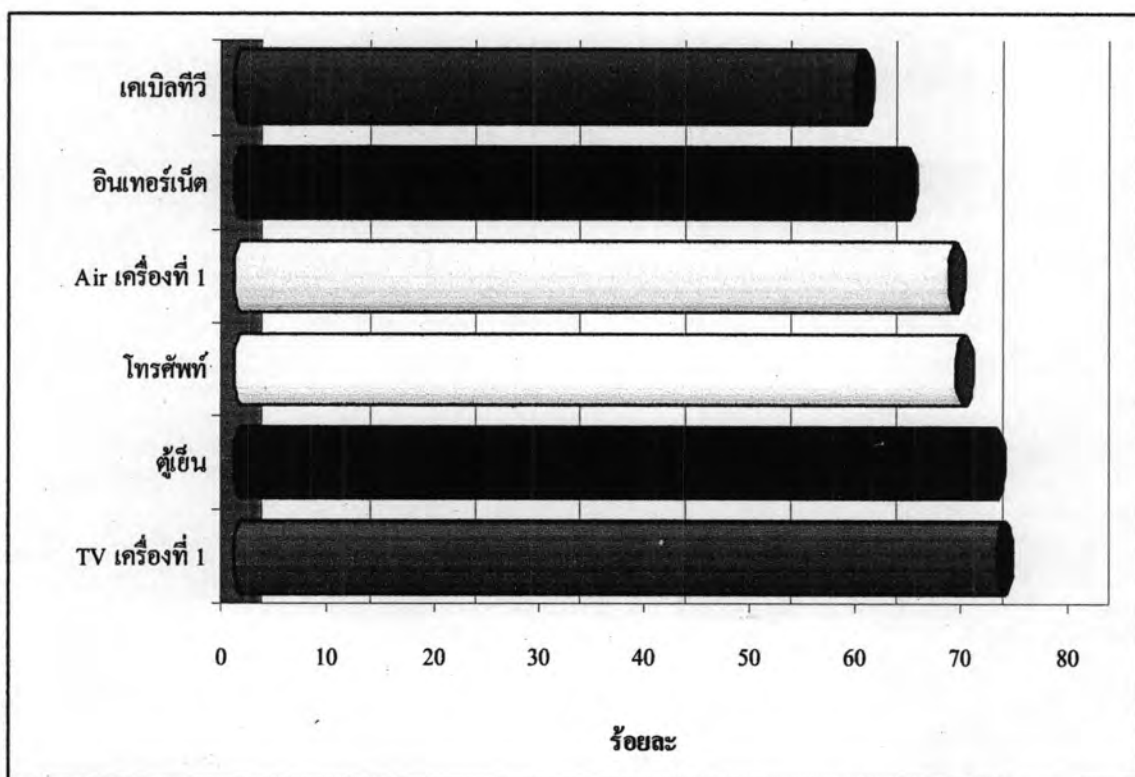
ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของการตกแต่งห้องพัก

: จัดเรียงลำดับตามรายการที่ได้รับความนิยมจากมากไปน้อย

อันดับที่ ตามความชอบ	รายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ	จำนวน N = 367 คน	ร้อยละ 100.00
1	TV เครื่องที่ 1	265	72.21
2	ตู้เย็น	262	71.39
3	โทรศัพท์	251	68.39
4	Air เครื่องที่ 1	248	67.57
5	อินเทอร์เน็ต	231	62.94
6	เคเบิลทีวี	216	58.86
7	DVD	136	37.06
8	รองเท้าใช้ภายในห้อง	128	34.88
9	หนังสือ/นิตยสาร	109	29.70
10	อุปกรณ์ซักแห้ง	59	16.08

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.14 การตกแต่งห้องพักที่ต้องการให้โรงแรมจัดไว้บริการ



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.23 ภาพรวมของผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มตัวอย่างชอบหรือต้องการให้ทางโรงแรมจัดไว้บริการมากที่สุดคือ

- อันดับที่ 1 คือ โทรศัพท์เครื่องที่ 1 มีผู้เลือกตอบรายการนี้ทั้งสิ้น 265 คน คิดเป็นร้อยละ 72.21
- อันดับที่ 2 คือ ตู้เย็น มีผู้เลือกตอบรายการนี้ทั้งสิ้น 262 คน คิดเป็นร้อยละ 71.39
- อันดับที่ 3 คือ โทรศัพท์ มีผู้เลือกตอบรายการนี้ทั้งสิ้น 251 คน คิดเป็นร้อยละ 68.39
- อันดับที่ 4 คือ Air เครื่องที่ 1 มีผู้เลือกตอบรายการนี้ทั้งสิ้น 248 คน คิดเป็นร้อยละ 67.57
- อันดับที่ 5 คือ อินเทอร์เน็ต มีผู้เลือกตอบรายการนี้ทั้งสิ้น 231 คน คิดเป็นร้อยละ 62.94



ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละรายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก  
จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับที่ ตาม ประเภท	รายการ สิ่งอำนวยความสะดวก	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับที่ ตาม ความชอบ
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จอง ห้องโดยตรง		กลุ่มจองห้อง โดยตรง		จำนวน	%	
		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%			
		N = 367 คน	100	N = 367 คน	100	N = 367 คน	100	N = 367 คน	100	
1	TV เครื่องที่ 1	89	24.25	91	24.80	85	23.16	265	72.21	1
2	TV เครื่องที่ 2	17	4.63	14	3.81	1	0.27	32	8.72	13
3	TV เครื่องที่ 3	-	-	1	0.27	-	-	1	0.27	16
4	Air เครื่องที่ 1	80	21.80	83	22.62	85	23.16	248	67.57	4
5	Air เครื่องที่ 2	13	3.54	17	4.63	3	0.82	33	8.99	12
6	Air เครื่องที่ 3	3	0.82	1	0.27	-	-	4	1.09	15
7	ตู้เย็น	84	22.89	102	27.79	76	20.71	262	71.39	2
8	หนังสือ/นิตยสาร	55	14.99	38	10.35	16	4.36	109	29.70	9
9	เคเบิลทีวี	81	22.07	82	22.34	53	14.44	216	58.86	6
10	อินเทอร์เน็ต	88	23.98	86	23.43	57	15.53	231	62.94	5
11	เครื่องครัว	20	5.45	24	6.54	7	1.91	51	13.90	11
12	DVD	49	13.35	52	14.17	35	9.54	136	37.06	7
13	โทรศัพท์	86	23.43	94	25.61	71	19.35	251	68.39	3
14	อุปกรณ์ซักแห้ง	20	5.45	29	7.90	10	2.72	59	16.08	10
15	เตียงเด็ก	10	2.72	9	2.45	2	0.54	21	5.72	14
16	รองเท้าใช้ ภายในห้อง	50	13.62	50	13.62	28	7.63	128	34.88	8
17	อื่นๆ	-	-	-	-	1	0.27	1	0.27	17

ที่มา : จากการสำรวจพฤศจิกายน2549-มกราคม2550

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 367 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบรายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก  
จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับที่ตาม ความชอบ	กลุ่มสัมมนา	กลุ่ม ไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง	กลุ่มจอง ห้องพักโดยตรง
1	TV เครื่องที่ 1	ตู้เย็น	TV เครื่องที่ 1
2	อินเทอร์เน็ต	โทรศัพท์	Air เครื่องที่ 1
3	โทรศัพท์	TV เครื่องที่ 1	ตู้เย็น
4	ตู้เย็น	อินเทอร์เน็ต	โทรศัพท์
5	เคเบิลทีวี	Air เครื่องที่ 1	อินเทอร์เน็ต
6	Air เครื่องที่ 1	เคเบิลทีวี	เคเบิลทีวี
7	หนังสือ/นิตยสาร	DVD	DVD
8	รองเท้าใช้ภายในห้อง	รองเท้าใช้ภายในห้อง	รองเท้าใช้ภายในห้อง
9	DVD	หนังสือ/นิตยสาร	หนังสือ/นิตยสาร
10	อุปกรณ์ซักแห้ง	อุปกรณ์ซักแห้ง	อุปกรณ์ซักแห้ง

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.24 และตารางที่ 4.25 การพิจารณาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักโรงแรม โดยแบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 3 กลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

**กลุ่มสัมมนา** สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีมากที่สุดคือ โทรทัศน์เครื่องที่ 1 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์

**กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง** สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีมากที่สุดคือ ตู้เย็น รองลงมาคือ โทรศัพท์และ โทรทัศน์เครื่องที่ 1

**กลุ่มจองห้องพักโดยตรง** สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีมากที่สุดคือ โทรทัศน์เครื่องที่ 1 รองลงมาคือ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 และตู้เย็น

ตารางที่ 4.26 ร้อยละของรายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ

อันดับที่ความชอบ	รายการ สิ่งอำนวยความสะดวก	เชื้อชาติ/สัญชาติ												รวม
		ไทย	อเมริกัน	อังกฤษ	แคนาดา	ฟินแลนด์	เยอรมัน	ฮอลแลนด์	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์	นอร์เวย์	สวีเดน	อื่นๆ	
1	TV เครื่องที่ 1	49.32	3.54	1.63	1.09	3.27	2.45	0.82	3.00	2.45	0.82	1.36	2.45	72.21
2	ตู้เย็น	48.50	4.63	2.18	3.00	2.45	2.45	1.09	2.45	1.91	0.82	0.54	1.36	71.39
3	โทรศัพท์	47.96	3.00	0.54	3.00	3.00	2.45	1.09	3.00	1.63	0.82	-	1.91	68.39
4	Air เครื่องที่ 1	42.51	3.81	2.18	2.18	3.00	2.45	2.45	3.00	2.45	0.54	0.54	2.45	67.57
5	อินเทอร์เน็ต	45.78	3.54	-	0.54	3.81	1.36	1.63	1.36	0.82	2.18	-	1.91	62.94
6	เคเบิลทีวี	47.41	2.18	-	1.09	3.27	1.09	0.27	1.91	0.82	-	0.27	0.54	58.86
7	DVD	29.16	2.18	-	-	1.36	-	-	1.36	1.63	-	1.36	-	37.06
8	รองเท้าใช้ภายในห้อง	29.70	0.82	-	0.82	-	-	1.36	1.63	0.54	-	-	-	34.88
9	หนังสือ/นิตยสาร	28.07	0.82	-	-	-	0.82	-	-	-	-	-	-	29.70
10	อุปกรณ์ซักแห้ง	12.26	1.91	-	-	-	-	-	-	1.09	0.82	-	-	16.08

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

ตารางที่ 4.26 ร้อยละของรายการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการให้มีบริการในห้องพัก จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ (ต่อ)

อันดับที่ความชอบ	รายการ สิ่งอำนวยความสะดวก	เชื้อชาติ/สัญชาติ											รวม	
		ไทย	อเมริกัน	อังกฤษ	แคนาดา	ฟินแลนด์	เยอรมัน	ออสเตรเลีย	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์	ญี่ปุ่น	สวีเดน		อื่นๆ
11	เครื่องครัว	11.17	1.91	-	-	-	-	-	-	0.27	0.54	-	-	13.90
12	Air เครื่องที่ 2	7.63	-	-	0.82	-	-	-	0.54	-	-	-	-	8.99
13	TV เครื่องที่ 2	8.17	-	-	-	-	-	-	0.54	-	-	-	-	8.72
14	เตียงเด็ก	5.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.72
15	Air เครื่องที่ 3	1.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.09
16	TV เครื่องที่ 3	0.27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.27
17	อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	0.27	-	-	-	-	-	0.27

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 367 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมจัดไว้บริการในห้องพัก โดยจะนำเสนอข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด 5 ลำดับแรก ประกอบด้วย ไทย อเมริกัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา ผลการวิเคราะห์รายการสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด 7 อันดับแรก ดังนี้

**ไทย** ต้องการให้มีโทรทัศน์เครื่องที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.32 รองลงมาคือ ตู้เย็น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 และรองเท้าใช้ภายในห้อง ตามลำดับ

**อเมริกัน** ต้องการให้มีตู้เย็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.63 รองลงมาคือ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 โทรทัศน์เครื่องที่ 1 อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ เคเบิลทีวี และ เครื่องเล่น DVD ตามลำดับ

**ฟินแลนด์** ต้องการให้มีอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.81 รองลงมาคือ โทรทัศน์เครื่องที่ 1 เคเบิลทีวี เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 โทรทัศน์ ตู้เย็น และเครื่องเล่น DVD ตามลำดับ

**เนเธอร์แลนด์** ต้องการให้มีโทรทัศน์เครื่องที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00 รองลงมาคือ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 โทรทัศน์ ตู้เย็น เคเบิลทีวี รองเท้าใช้ภายในห้อง และ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

**แคนาดา** ต้องการให้มีโทรทัศน์และตู้เย็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00 รองลงมาคือ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 โทรทัศน์เครื่องที่ 1 เคเบิลทีวี รองเท้าใช้ภายในห้อง และ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 2 ตามลำดับ



#### 4.2.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย เพื่อทราบว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่าจะเลือกเข้าพักแห่งใด ทำการศึกษาโดยกำหนดปัจจัยให้เลือกรวม 10 รายการ (รวมรายการอื่นๆ ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบโดยให้ระบุรายการเพิ่มเติมได้ตามต้องการ) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างจัดเรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด โดยให้หมายเลขอันดับที่ความสำคัญจากสำคัญอันดับที่ 1 ถึงอันดับที่ 10 นำเสนอผลการวิเคราะห์เฉพาะปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกกว่ามีความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับ 1 หรือให้ความสำคัญมากที่สุด ของแต่ละรายการมานำเสนอดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย

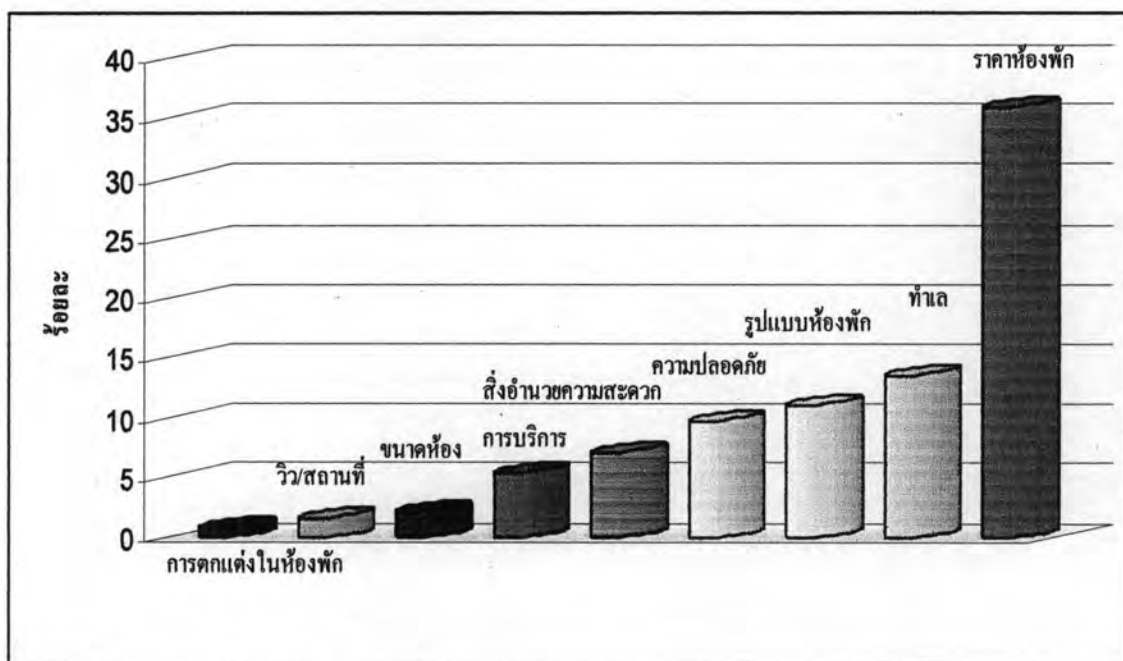
: จัดเรียงลำดับตามจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญของปัจจัยเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ความสำคัญ ของปัจจัย	ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1	จำนวนคนที่เลือก n = 367	ร้อยละ
1	ราคาห้องพัก	132	35.97
2	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	50	13.62
3	รูปแบบห้องพัก	41	11.17
4	ความปลอดภัย	36	9.81
5	สิ่งอำนวยความสะดวก	26	7.12
6	การบริการ	20	5.45
7	ขนาดห้องพัก	8	2.19
8	วิว/ทัศนียภาพ	6	1.64
9	การตกแต่งภายในห้องพัก	3	0.82
10	อื่นๆ	4	1.09

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550



แผนภาพที่ 4.15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.27 ภาพรวมของผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านราคาห้องพัก รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง/สิ่งแวดล้อม และรูปแบบห้องพัก รายละเอียดดังนี้

ราคาห้องพัก กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 35.94 รองลงมาคือ ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.62 และรูปแบบห้องพัก มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการของโรงแรม ตามลำดับ อนึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.09 ซึ่งได้ระบุไว้ในการตอบแบบสอบถามว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยความสะอาดของห้องพัก และปัจจัยด้านทำเลที่ใกล้ร้านอาหารและตลาด เป็นต้น โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการตกแต่งภายในห้องพัก วิวหรือทัศนียภาพ และขนาดห้องพัก

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับ รายการ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกห้องพัก ในอันดับที่ 1	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับ ความสำคัญ ของปัจจัย
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จอง ห้องพักโดยตรง		กลุ่มจอง ห้องพักโดยตรง				
		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
1	รูปแบบห้องพัก	6	1.63	21	5.72	14	3.81	41	11.17	3
2	ราคาห้องพัก	47	12.81	52	14.17	33	8.96	132	35.97	1
3	การบริการ	10	2.72	9	2.45	1	0.27	20	5.45	6
4	สิ่งอำนวยความสะดวก	8	2.19	3	0.82	15	4.11	26	7.12	5
5	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	20	5.45	12	3.27	18	4.9	50	13.62	2
6	ความปลอดภัย	15	4.09	7	1.91	14	3.81	36	9.81	4
7	การตกแต่งภายในห้องพัก	3	0.82	-	-	-	-	3	0.82	9
8	ขนาดห้องพัก	4	1.1	2	0.55	2	0.55	8	2.19	7
9	วิว/ทัศนียภาพ	5	1.37	-	-	1	0.27	6	1.64	8
10	อื่นๆ	4	1.09	-	-	-	-	4	1.09	10

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

หมายเหตุ : ตอบโดยเรียงลำดับตามความสำคัญของปัจจัย ตั้งแต่ลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 10

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับที่ ตามความสำคัญ ของปัจจัย	กลุ่มสัมมนา			กลุ่ม ไม่ได้จองตรง			กลุ่มจองโดยตรง		
	ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกห้องพักอาศัย	จำนวน N = 367	% 100.00	ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกห้องพักอาศัย	จำนวน N = 367	% 100.00	ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกห้องพักอาศัย	จำนวน N = 367	% 100.00
1	ราคาห้องพัก	47	12.81	ราคาห้องพัก	52	14.17	ราคาห้องพัก	33	8.96
2	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	20	5.45	รูปแบบห้องพัก	21	5.72	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	18	4.9
3	ความปลอดภัย	15	4.09	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	12	3.27	สิ่งอำนวยความสะดวก	15	4.11
4	การบริการ	10	2.72	การบริการ	9	2.45	รูปแบบห้องพัก	14	3.81
5	สิ่งอำนวยความสะดวก	8	2.19	ความปลอดภัย	7	1.91	ความปลอดภัย	14	3.81
6	รูปแบบห้องพัก	6	1.63	สิ่งอำนวยความสะดวก	3	0.82	ขนาดห้องพัก	2	0.55
7	วิว/ทัศนียภาพ	5	1.37	ขนาดห้องพัก	2	0.55	วิว/ทัศนียภาพ	1	0.27
8	ขนาดห้องพัก	4	1.1	วิว/ทัศนียภาพ	-	-	การบริการ	1	0.27
9	การตกแต่งภายในห้องพัก	3	0.82	การตกแต่งภายในห้องพัก	-	-	การตกแต่งภายในห้องพัก	-	-
10	อื่นๆ	4	1.09	อื่นๆ	-	-	อื่นๆ	-	-
หมายเหตุ	(กลุ่มตัวอย่างตอบทุกรายการ รวม 122 คน)			(กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ตอบบางรายการ จำนวน 31 คน)			(กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ตอบบางรายการ จำนวน 10 คน)		

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

หมายเหตุ : ตอบ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญของปัจจัย ตั้งแต่ลำดับที่ 1 ถึงลำดับที่ 10

จากตารางที่ 4.28 และตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย กลุ่มสัมมนา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง พิจารณาโดยกำหนดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่แต่ละกลุ่มให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย (ตารางที่ 4.29) ดังนี้

กลุ่มสัมมนา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาห้องพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.81 รองลงมาคือ ด้านทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 5.45 ด้านความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 4.09 และด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

กลุ่มที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาห้องพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.17 รองลงมาคือ ด้านรูปแบบห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 5.72 ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 3.27 และด้านการบริการ ด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

กลุ่มที่จองห้องพักโดยตรง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาห้องพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.96 รองลงมาคือ ด้านทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 4.90 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 4.11 และด้านรูปแบบห้องพัก ด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

สรุปได้ว่าทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านราคาห้องพักมากที่สุด ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับรองลงมา คือด้านทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม ด้านรูปแบบห้องพัก ด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการพิจารณาในภาพรวม โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือการตกแต่งภายในห้องพัก วิวหรือทัศนียภาพ และขนาดห้องพัก

ตารางที่ 4.30 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก

ลำดับ ที่	ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกห้องพักอาศัย	สัญชาติ												รวม	% ผู้ที่ ไม่ตอบ
		คนไทย	คนไทย บริการ	ฝรั่ง อเมริกัน	เดนมาร์ก	ฟิลิปปินส์	นอร์เวย์	ออสเตรเลีย	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์	เยอรมัน	สวีเดน	จีน		
1	รูปแบบห้องพัก	5.18	1.09	-	-	-	-	-	-	0.54	-	0.54	-	11.17	20.98
2	ราคา	25.07	3.00	-	-	-	-	-	-	0.27	-	1.36	-	35.97	16.08
3	การบริการของพนักงาน	5.18	-	-	-	-	-	-	-	0.27	-	-	-	5.45	19.07
4	สิ่งอำนวยความสะดวก	3.56	-	-	-	1.10	0.27	0.27	0.27	0.55	-	-	1.10	7.12	20.82
5	ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม	9.81	-	-	-	0.54	0.27	0.82	-	0.82	-	-	1.36	13.62	19.35
6	ความปลอดภัย	8.17	-	-	-	1.36	-	-	-	-	0.27	-	-	9.81	21.53
7	การตกแต่งภายในห้องพัก	0.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.82	22.74
8	ขนาดห้องพัก	1.64	-	-	-	0.55	-	-	-	-	-	-	-	2.19	21.92
9	วิว/ทัศนียภาพ	1.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.64	21.31
10	อื่นๆ	1.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.09	98.91

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550



จากตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทราบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกที่พักอาศัย แสดงผลการวิเคราะห์เฉพาะปัจจัยที่ได้รับเลือกให้ ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด 5 ลำดับแรก ประกอบด้วย ไทย อเมริกัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ไทย** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.07 รองลงมาคือด้านทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย รูปแบบห้องพัก และการบริการของพนักงาน ตามลำดับ

**อเมริกัน** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00 รองลงมาคือด้านรูปแบบห้องพัก โดยไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านอื่นๆ แต่อย่างใด

**ฟินแลนด์** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.36 รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ขนาดห้องพัก ราคาห้องพัก และทำเลที่ตั้ง/สิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

**เนเธอร์แลนด์** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.82 รองลงมาคือรูปแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และขนาดห้องพักตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญแต่อย่างใด

**แคนาดา** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเพียงด้านเดียว คิดเป็นร้อยละ 1.91 โดยไม่ได้ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยอื่นๆ

อนึ่ง จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ซึ่งให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับความสำคัญจากปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดไปน้อย รวม 10 ลำดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งไม่ได้จัดเรียงครบทั้ง 10 ลำดับ แต่ให้ความร่วมมือเรียงลำดับที่ความสำคัญเพียงบางปัจจัยที่เห็นว่าสำคัญ โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างไม่จัดลำดับมากที่สุด คือปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 98.91 ปัจจัยด้านการตกแต่งภายในห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 22.74 และขนาดห้องพัก ความปลอดภัย ฯลฯ ตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่ถูกเลือกเพื่อตอบคำถามในประเด็นนี้มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา ทำเลที่ตั้ง/สิ่งแวดล้อม และรูปแบบห้องพัก ฯลฯ



#### 4.2.11 ราคาห้องพัก

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับราคาห้องพักอาศัยของโรงแรมริเวอร์ไซด์ พิจารณาใน 2 ประเด็น คือ

4.2.11.1 ความเหมาะสมของราคา เพื่อทราบความพึงพอใจในราคาห้องพักของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง ระหว่าง “ราคาเหมาะสม” และ “ราคาไม่เหมาะสม”

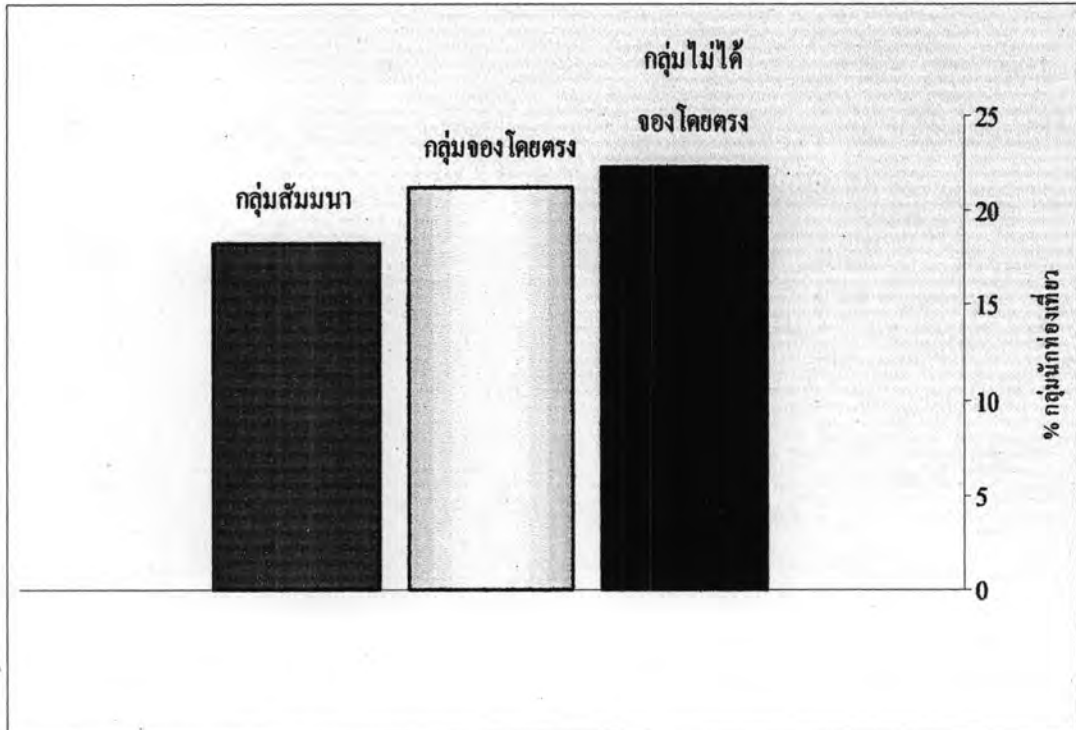
4.2.11.2.1 ระดับราคาห้องพักที่เหมาะสม หรือระดับราคาห้องพักที่พึงพอใจทำการวิเคราะห์ในส่วน ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นว่า “ราคาไม่เหมาะสม” เพื่อได้ทราบระดับราคาห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมของราคาห้องพัก จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ความเหมาะสมของราคา	จำนวน/ร้อยละ	กลุ่มนักท่องเที่ยว			รวม
		กลุ่มสัมมนา	กลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง	กลุ่มจองห้องพักโดยตรง	
เหมาะสม	จำนวน(คน)	67	82	78	227
	% ของยอดรวม	18.26	22.34	21.25	61.85
ไม่เหมาะสม	จำนวน(คน)	55	55	30	140
	% ของยอดรวม	14.99	14.99	8.17	38.15
รวม	จำนวน(คน)	122	137	108	367
	% ของยอดรวม	33.24	37.33	29.43	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาห้องพักมีความเหมาะสม  
จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

#### 4.2.11.1 ความเหมาะสมของราคา

จากตารางที่ 4.30 การศึกษาความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน ที่มีต่อราคาห้องพักของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ โดยแบ่งเป็น ราคาที่เหมาะสม และราคาไม่เหมาะสม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักมีความเหมาะสม มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 61.85 ส่วนอีก 140 คน หรือร้อยละ 38.15 เห็นว่าราคาไม่เหมาะสม

เมื่อศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคาห้องพัก ผลการวิเคราะห์ดังนี้

กลุ่มสัมมนา พบว่ามีกลุ่มที่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 18.26 ซึ่งใกล้เคียงกับที่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.99

กลุ่มที่ไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 22.34 ขณะที่ร้อยละ 14.99 เห็นว่าราคาห้องพักไม่เหมาะสม

กลุ่มที่จองห้องพักโดยตรง มีกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 21.25 เป็นสัดส่วนที่สูงและแตกต่างจากกลุ่มที่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสมซึ่งมีอัตราร้อยละ 8.17

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมของราคาห้องพัก  
จำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัย

รูปแบบของ ห้องพักอาศัย	ราคา ห้องพัก ต่อคืน(บาท)	เหมาะสม		ไม่เหมาะสม		รวม	
		จำนวน (คน)	% ของ ยอดรวม	จำนวน (คน)	% ของ ยอดรวม	จำนวน (คน)	% ของ ยอดรวม
เตียงเดี่ยว Superior	1,600	75	20.44	59	16.08	134	36.51
เตียงคู่ superior	1,600	103	28.07	50	13.62	153	41.69
เตียงเดี่ยว deluxe	2,400	15	4.09	8	2.18	23	6.27
เตียงคู่ deluxe	2,400	14	3.81	11	3.00	25	6.81
ห้องสูง Superior	5,000	4	1.09	11	3.00	15	4.09
ห้องสูง Deluxe	6,000	8	2.18	1	0.27	9	2.45
ห้องสูง River side	9,000	8	2.18	-	-	8	2.18
รวม		227	61.85	140	38.15	367	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัย เกี่ยวกับความเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมของราคาห้องพักโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ โดยจำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัยทั้ง 7 รูปแบบซึ่งมีระดับราคาห้องพักแตกต่างกันตามการตกแต่งห้องพัก การจัดการและบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงแรมจัดไว้บริการ รวมถึงขนาดพื้นที่ในห้องพัก พบว่ามีเพียงห้องสูง Superior ที่ผู้เข้าพักส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักไม่เหมาะสม ขณะที่ผู้เข้าพักห้องสูง River side ทั้งหมดเห็นว่าราคาเหมาะสม ส่วนผู้เข้าพักในห้องพักรูปแบบอื่นๆ เห็นว่าราคามีความเหมาะสมเป็นอัตราร้อยละมากกว่ากลุ่มที่แสดงความคิดเห็นว่าราคาไม่เหมาะสม

ตารางที่ 4.33 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมของราคาห้องพัก  
จำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติ

เชื้อชาติ/สัญชาติ	จำนวน/ร้อยละ	ความเหมาะสมของราคาห้อง		รวม
		เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	
ไทย	จำนวน(คน)	139	114	253
	% ของยอดรวม	37.87	31.06	68.94
อเมริกัน	จำนวน(คน)	12	5	17
	% ของยอดรวม	3.27	1.36	4.63
ฟินแลนด์	จำนวน(คน)	14	-	14
	% ของยอดรวม	3.81	-	3.81
เนเธอร์แลนด์	จำนวน(คน)	10	3	13
	% ของยอดรวม	2.72	0.82	3.54
แคนาดา	จำนวน(คน)	4	7	11
	% ของยอดรวม	1.09	1.91	3.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

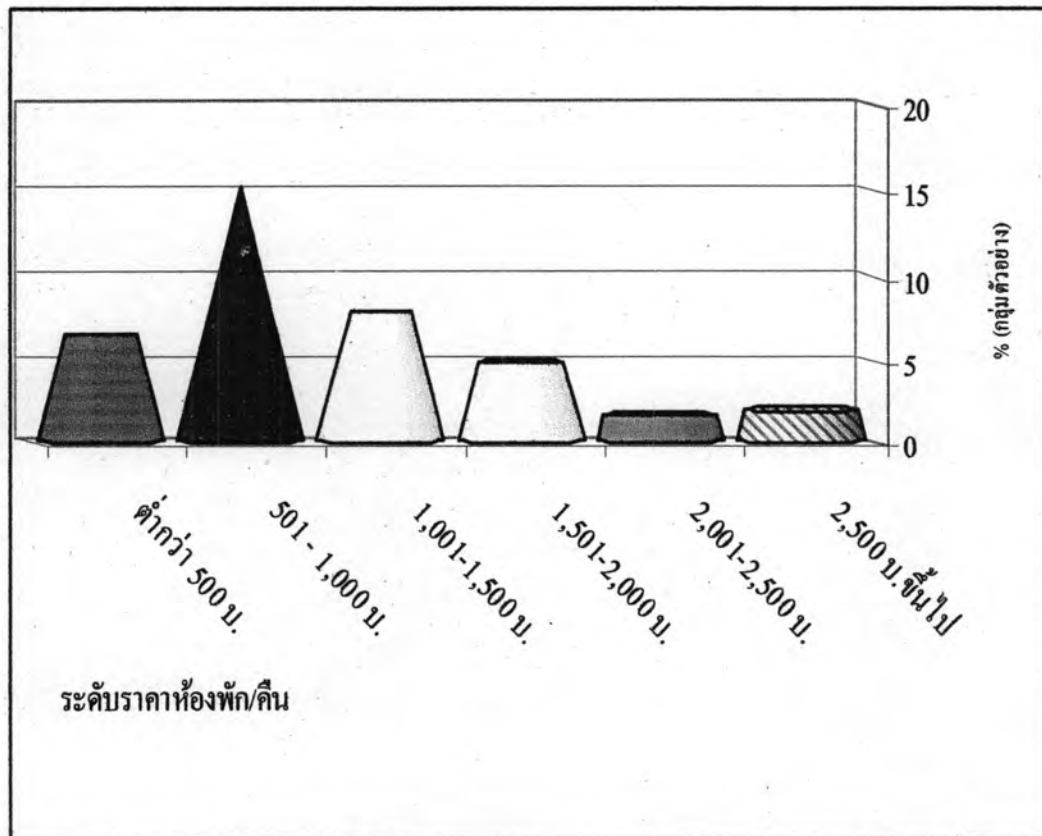
จากตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามเชื้อชาติ/สัญชาติต่างๆ ต่อความเห็นในประเด็นความเหมาะสมของราคาห้องพักโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ โดยพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างสำคัญที่มีจำนวนมาก 5 อันดับ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างคนไทย อเมริกัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และแคนาดา เปรียบเทียบแล้วพบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักเหมาะสม ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างชาวแคนาดาที่ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสม

ตารางที่ 4.34 ความพึงพอใจต่อราคาห้องพัก ณ ระดับราคาต่างๆ

ระดับราคาห้องพัก/คืน	จำนวน/ร้อยละ	ความเหมาะสมของราคาห้องพัก		รวม
		เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	
(ราคาเหมาะสม)	จำนวน(คน)	227	-	227
	% ของยอดรวม	61.85		61.85
ต่ำกว่า 500 บาท	จำนวน(คน)	-	24	24
	% ของยอดรวม		6.54	6.54
501 - 1,000 บาท	จำนวน(คน)	-	56	56
	% ของยอดรวม		15.26	15.26
1,001 - 1,500 บาท	จำนวน(คน)	-	29	29
	% ของยอดรวม		7.90	7.90
1,501 - 2,000 บาท	จำนวน(คน)	-	18	18
	% ของยอดรวม		4.90	4.90
2,001 - 2,500 บาท	จำนวน(คน)	-	6	6
	% ของยอดรวม		1.63	1.63
2,501 บาทขึ้นไป	จำนวน(คน)	-	7	7
	% ของยอดรวม		1.91	1.91
รวม	จำนวน(คน)	227	140	367
	% ของยอดรวม	61.85	38.15	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.17 ความพึงพอใจต่อราคาห้องพัก ณ ระดับราคาต่างๆ



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

#### 4.2.11.2 ระดับราคาห้องพักที่เหมาะสม

จากตารางที่ 4.34 ผลการศึกษาความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน พบว่าจำนวน 227 คน หรือร้อยละ 61.85 เห็นว่าห้องพักมีราคาที่เหมาะสม คงเหลือจำนวน 140 คน หรือร้อยละ 38.15 ที่เห็นว่าราคาห้องพักไม่เหมาะสม

เมื่อศึกษาเฉพาะในกลุ่มที่เห็นว่าราคาห้องพักที่จัดเก็บไม่เหมาะสม ได้พบว่าส่วนใหญ่หรือร้อยละ 15.26 ของกลุ่มนี้เห็นว่าระดับราคาห้องพักที่เหมาะสมคือ ราคาระหว่าง 501 – 1,000 บาทต่อคืน รองลงมาคือราคาระหว่าง 1,001 – 1,500 บาทต่อคืน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

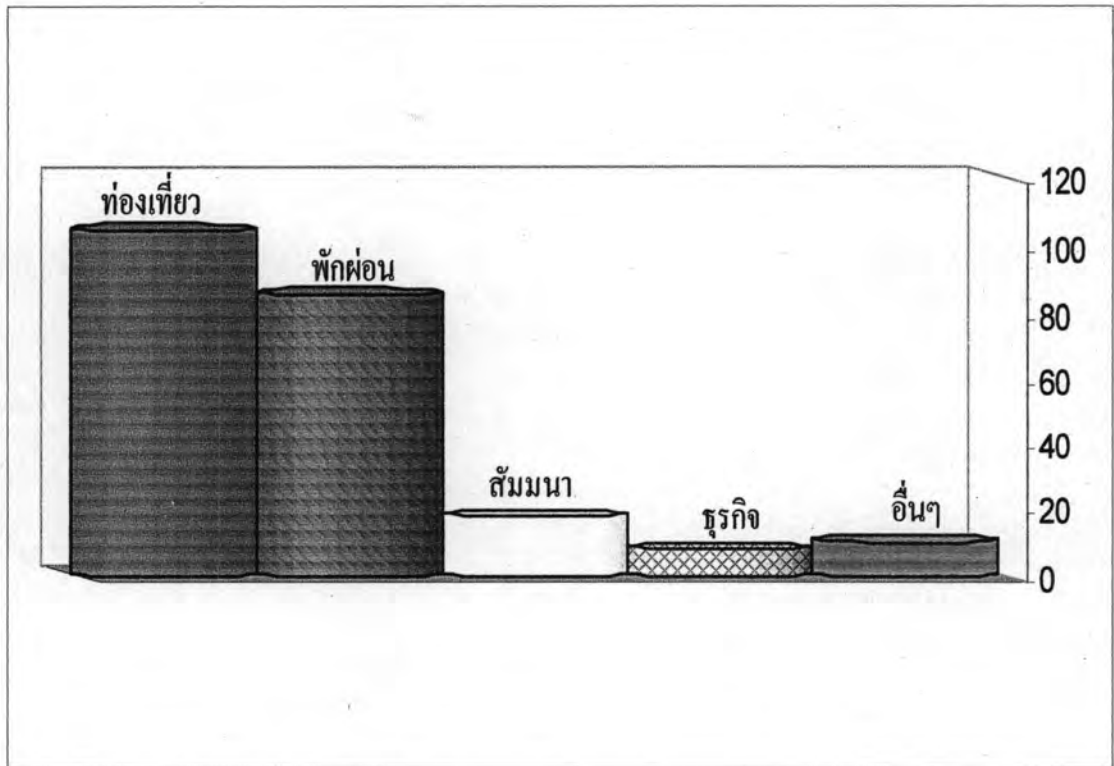


ตารางที่ 4.35 ความพึงพอใจต่อราคาห้องพัก ณ ระดับราคาต่างๆ  
จำแนกตามจุดประสงค์การพักอาศัย

จุดประสงค์ การพักอาศัย	จำนวน/ ร้อยละ	ราคาเหมาะสม	ราคาไม่เหมาะสม -ระดับราคาห้องพักที่เหมาะสม								รวม
			ต่ำกว่า 500	501 - 1,000	1,001 - 1,500	1,501 - 2,000	2,001 - 2,500	2,501 ขึ้นไป			
พักก่อน	จำนวน(คน)	86	12	18	17	17	3	2	155		
	% ของยอดรวม	23.43	3.27	4.90	4.63	4.63	0.82	0.54	42.23		
สัมมนา	จำนวน(คน)	18	6	8	4	1	2	-	39		
	% ของยอดรวม	4.90	1.63	2.18	1.09	0.27	0.54	-	10.63		
ท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	105	3	28	8	-	1	4	149		
	% ของยอด รวม	28.61	0.82	7.63	2.18	-	0.27	1.09	40.60		
ธุรกิจ	จำนวน(คน)	8	-	-	-	-	-	1	9		
	% ของยอดรวม	2.18	-	-	-	-	-	0.27	2.45		
อื่นๆ	จำนวน(คน)	10	3	2	-	-	-	-	15		
	% ของยอดรวม	2.72	0.82	0.54	-	-	-	-	4.09		
รวม	จำนวน(คน)	227	24	56	29	18	6	7	367		
	% ของยอดรวม	61.85	6.54	15.26	7.90	4.90	1.63	1.91	100.00		

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจในราคาห้องพัก จำแนกตามจุดประสงค์การพักอาศัย



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.35 เมื่อศึกษาความพึงพอใจในราคาห้องพักของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัย เกี่ยวกับความพึงพอใจในราคาห้องพักของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพมหานคร ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักเพื่อจุดประสงค์การพักผ่อน และเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงแรม รวมจำนวน 304 คน หรือร้อยละ 82.83 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสมแล้ว ในส่วนที่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสม พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าระดับราคาห้องพักควรอยู่ระหว่างคืนละ 501 บาท – 1,000 บาท และ 1,001 บาท- 1,500 บาทตามลำดับ

สำหรับกลุ่มที่เข้าพักโดยมีจุดประสงค์เพื่อการประชุม สัมมนา มีอัตราร้อยละของกลุ่มที่เห็นว่าราคาเหมาะสม และราคาไม่เหมาะสมใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่ของกลุ่มที่เห็นว่าราคาไม่เหมาะสม เห็นว่าระดับราคาห้องพักควรอยู่ระหว่าง คืนละ 501 บาท – 1,000 บาท เช่นเดียวกัน

### 4.3 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้ทำการศึกษาเพื่อทราบข้อเสนอแนะ จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการด้านต่างๆ ของโรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ทำการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมปรับปรุง แบ่งการศึกษาเป็น 3 ส่วนคือ ด้านงานบริการของโรงแรม ด้านอาคาร/สถานที่และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโรงแรมจัดให้บริการลูกค้า ผลการศึกษาดังนี้

#### 4.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

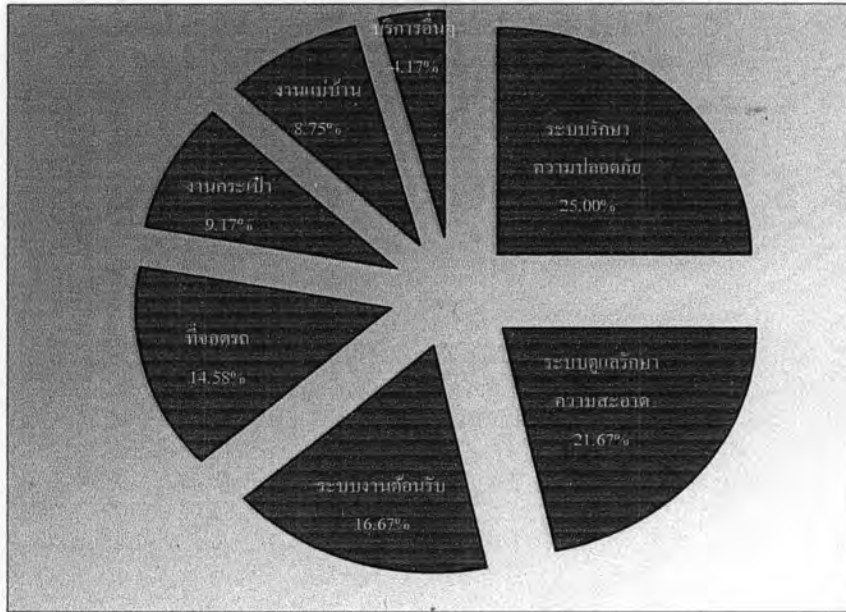
##### 4.3.1.1 การบริการ

ตารางที่ 4.36 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านการบริการ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับ รายการ	บริการที่ต้องการ ให้ปรับปรุง	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับที่ ให้ ปรับปรุง
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จอง โดยตรง		กลุ่มจอง โดยตรง				
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
1	ระบบดูแลรักษา ความสะอาด	17	4.63	21	5.72	14	3.81	52	14.17	2
2	ระบบรักษาความปลอดภัย	22	5.99	27	7.36	11	3.00	60	16.35	1
3	ระบบงานต้อนรับ	10	2.72	18	4.90	12	3.27	40	10.90	3
4	งานกระเป๋า	6	1.63	15	4.09	1	0.27	22	5.99	5
5	งานแม่บ้าน	5	1.36	13	3.54	3	0.82	21	5.72	6
6	ที่จอดรถ	15	4.09	19	5.18	1	0.27	35	9.54	4
7	บริการอื่นๆ	2	0.54	2	0.54	6	1.63	10	2.72	7
รวม		77	20.98	115	31.34	48	13.08	240	65.40	

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

แผนภาพที่ 4.19 การบริการที่ได้รับคำแนะนำให้โรงแรมดำเนินการปรับปรุง



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.36 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเพื่อทราบการบริการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมปรับปรุง พบว่าบริการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือระบบรักษาความปลอดภัย มีจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.35 รองลงมาคือต้องการให้ปรับปรุงระบบดูแลรักษาความสะอาด มีผู้ให้ข้อเสนอแนะ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 และผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 ต้องการให้ปรับปรุงระบบงานต้อนรับ

#### 4.3.1.2 อาคารสถานที่

ตารางที่ 4.37 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านอาคาร สถานที่ จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับรายการ	บริการที่ต้องการให้ปรับปรุง	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับที่ให้ปรับปรุง
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จองโดยตรง		กลุ่มจองโดยตรง				
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ภายในห้องพัก	19	5.18	24	6.54	9	2.45	52	14.17	1
2	ภายในอาคาร	10	2.72	18	4.9	3	0.82	31	8.45	2
3	อื่นๆ	2	0.51	-	-	1	0.27	3	0.82	3
รวม		31	8.41	42	11.44	13	3.54	86	23.44	

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โรงแรมปรับปรุงสภาพอาคารสถานที่ภายในห้องพักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.17

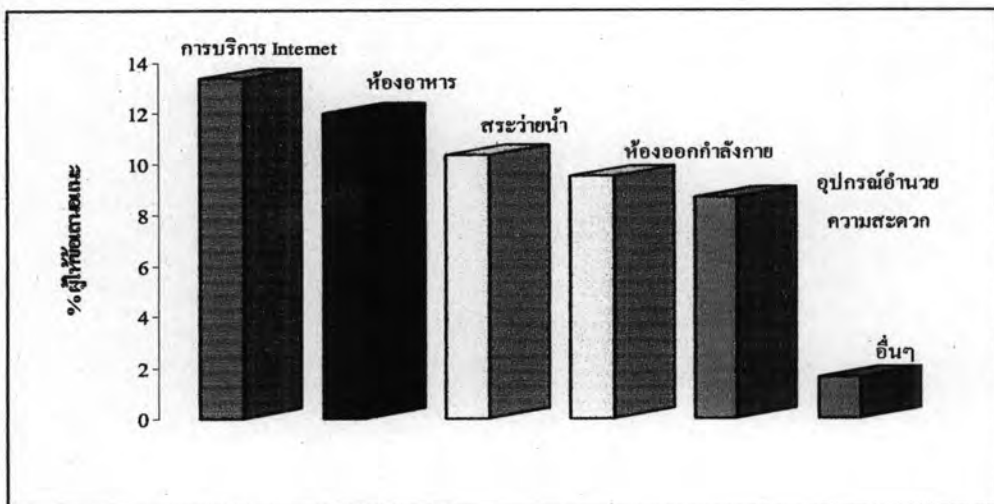
4.3.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.38 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

อันดับรายการ	บริการที่ต้องการให้ปรับปรุง	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับที่ให้ปรับปรุง
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้จองโดยตรง		กลุ่มจองโดยตรง		จำนวน (คน)	ร้อยละ	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ			
1	สระว่ายน้ำ	10	2.72	22	5.99	6	1.63	38	10.35	3
2	ห้องออกกำลังกาย	14	3.81	19	5.18	2	0.54	35	9.54	4
3	การบริการ Internet	18	4.9	21	5.72	10	2.72	49	13.35	1
4	ห้องอาหาร	17	4.63	15	4.09	12	3.27	44	11.99	2
5	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	10	2.72	19	5.18	3	0.82	32	8.72	5
6	อื่นๆ	3	0.82	2	0.54	1	0.27	6	1.63	6
รวม		72	19.60	98	26.70	34	9.25	204	55.58	

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550

แผนภาพที่ 4.20 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับคำแนะนำให้โรงแรมดำเนินการปรับปรุง



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน2549-มกราคม2550



จากตารางที่ 4.38 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบริการ Internet มากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะนี้ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.35 รองลงมาคือห้องอาหาร และสระว่ายน้ำ ตามลำดับ

#### 4.3.1.4 ภาพรวมข้อเสนอแนะ

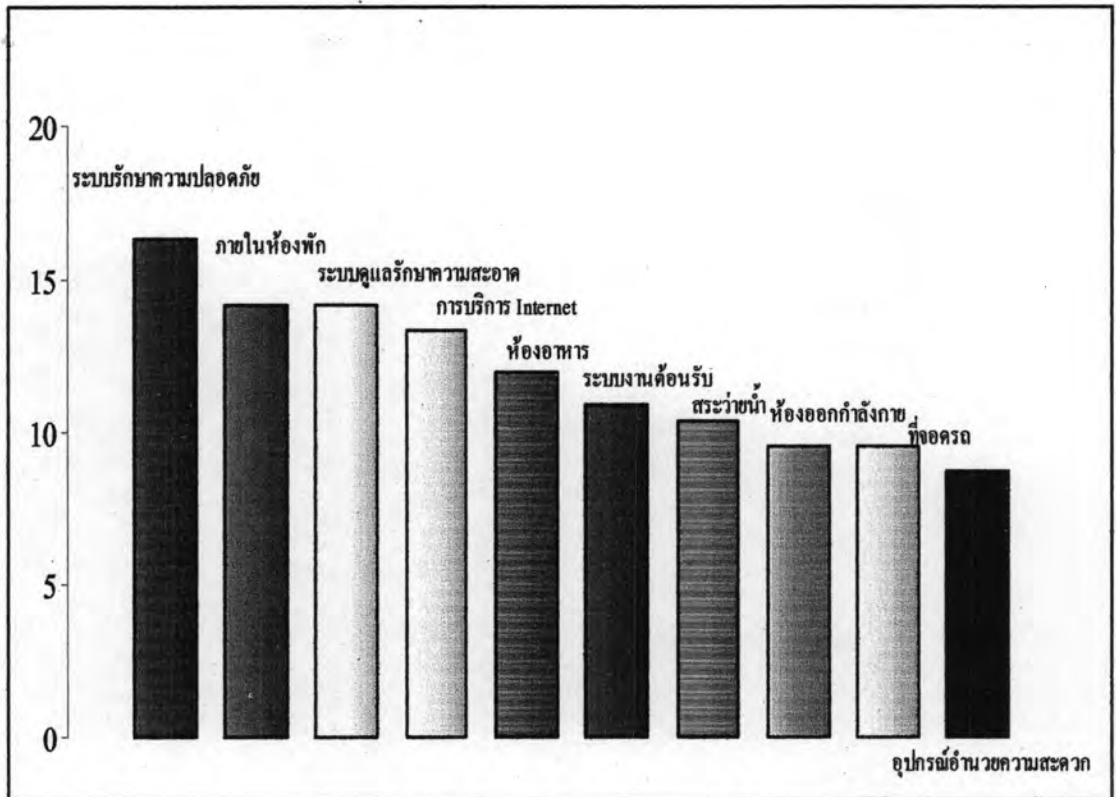
ตารางที่ 4.39 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในภาพรวม จำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

รายการที่	บริการที่ต้องการให้ปรับปรุง	กลุ่มนักท่องเที่ยว						รวม		อันดับที่ ต้องการ ให้ ปรับปรุง
		กลุ่มสัมมนา		กลุ่มไม่ได้ จองโดยตรง		กลุ่มจอง โดยตรง				
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
การบริการ	ระบบดูแลรักษาความสะอาด	17	4.63	21	5.72	14	3.81	52	14.17	3
	ระบบรักษาความปลอดภัย	22	5.99	27	7.36	11	3.00	60	16.35	1
	ระบบงานต้อนรับ	10	2.72	18	4.90	12	3.27	40	10.90	6
	งานกระเป๋	6	1.63	15	4.09	1	0.27	22	5.99	12
	งานแม่บ้าน	5	1.36	13	3.54	3	0.82	21	5.72	13
	ที่จอดรถ	15	4.09	19	5.18	1	0.27	35	9.54	9
	อื่นๆ(การบริการ)	2	0.54	2	0.54	6	1.63	10	2.72	14
อาคาร	ภายในห้องพัก	19	5.18	24	6.54	9	2.45	52	14.17	2
	ภายในอาคาร	10	2.72	18	4.9	3	0.82	31	8.45	11
สิ่งอำนวยความสะดวก	สระว่ายน้ำ	10	2.72	22	5.99	6	1.63	38	10.35	7
	ห้องออกกำลังกาย	14	3.81	19	5.18	2	0.54	35	9.54	8
	การบริการ Internet	18	4.9	21	5.72	10	2.72	49	13.35	4
	ห้องอาหาร	17	4.63	15	4.09	12	3.27	44	11.99	5
	อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	10	2.72	19	5.18	3	0.82	32	8.72	10
	อื่นๆ	3	0.82	2	0.54	1	0.27	6	1.63	15

ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550



แผนภาพที่ 4.21 ภาพรวมรายการที่ได้รับคำแนะนำให้โรงแรมดำเนินการปรับปรุง



ที่มา : จากการสำรวจ พฤศจิกายน 2549-มกราคม 2550

จากตารางที่ 4.39 ภาพรวม ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ด้านรวม 16 รายการ พบว่ารายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้โรงแรมปรับปรุงมากที่สุด 8 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านงานบริการระบบรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 16.35 ด้านอาคารสถานที่ ในส่วนของการปรับปรุงสภาพภายในห้องพัก และด้านงานบริการระบบดูแลรักษาความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 14.17 เท่ากัน รายการอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ทางโรงแรมดำเนินการปรับปรุงได้แก่ การบริการ Internet ห้องอาหาร ระบบงานต้อนรับ สระว่ายน้ำ และห้องออกกำลังกาย ตามลำดับ

#### 4.3.2 บริการใหม่

สำหรับบริการใหม่ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้โรงแรมจัดให้บริการในอนาคต เช่น เตียงผ้าใบ สำหรับพักผ่อนที่ระเบียงห้อง ยาสามัญประจำบ้าน เป็นต้น

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยการเลือกห้องพักอาศัยของนักท่องเที่ยวในโรงแรมระดับ 4 ดาว กรณีศึกษา โรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ได้แก่ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยในโรงแรมที่พัก และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงงานด้านต่างๆ ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง สรุปผลการศึกษาดังนี้

##### 4.4.1 ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.13 อายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 31.88 รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 23.43 เมื่อศึกษาโดยจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มอื่นๆ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ผู้เข้าพักในโรงแรมส่วนใหญ่เป็นคนไทย ร้อยละ 68.94 นับถือศาสนาพุทธ และศาสนาอิสลาม รองลงมาคือชาวอเมริกัน และชาวฟินแลนด์ มีสถานภาพเป็นคนโสดมากที่สุด ผลการศึกษาด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 78.47

##### 4.4.2 ข้อมูลการใช้บริการห้องพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์

นักท่องเที่ยวที่เข้าพักอาศัยในโรงแรมริเวอร์ไซด์ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ เพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 42.23 รองลงมาคือเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อการประชุม สัมมนา ส่วนใหญ่เข้าพักเป็นระยะเวลา 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 51.77 ยกเว้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่พักอาศัยมากกว่า 7 คืน เมื่อศึกษาความถี่ในการเข้าพักในโรงแรม พบว่าส่วนใหญ่เข้าพักจำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 44.96 รองลงมาคือ เข้าพักมากกว่า 3 ครั้ง

ผลการศึกษาด้านรูปแบบห้องพักอาศัยที่นักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัยในโรงแรม ส่วนใหญ่เข้าพักห้องแบบเตียงคู่ Superior คิดเป็นร้อยละ 41.69 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนา และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง แต่สำหรับกลุ่มไม่ได้จองห้องพักโดยตรง ส่วนใหญ่เข้าพักในห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior เมื่อศึกษาโดยจำแนกตามจุดประสงค์ในการเข้าพักอาศัย พบว่ากลุ่มที่เข้าพักเพื่อการประชุม สัมมนา และเพื่อประกอบธุรกิจ เลือกรูปแบบห้องพักในลักษณะที่เหมือนกันคือเลือกห้องพักแบบเตียงคู่ Superior แตกต่างจากกลุ่มที่มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อการพักผ่อน ซึ่งส่วนใหญ่เลือกห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior และร้อยละ 97.28 ของกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจขนาดห้องพักอาศัย โดยห้องพักชั้นที่ 9 ของโรงแรมได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.1 สอดคล้องกับความพึงพอใจที่มีต่อทัศนียภาพของห้องพัก ซึ่งร้อยละ 84.74 ของกลุ่มตัวอย่างชอบด้านธรรมชาติ อันสืบเนื่องมาจากทิวทัศน์อันสวยงามของแม่น้ำเจ้าพระยา สะพานพระราม 8 และสะพานกรุงธนบุรี

การตกแต่งห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในห้องพักของโรงแรมมากที่สุด คือห้อง อ่างน้ำ ห้องนอนส่วนตัว อ่างอาบน้ำ ผนังวอลล์เปเปอร์ และพื้นแบบปูด้วยพรม เมื่อจำแนกตามกลุ่ม นักท่องเที่ยว พบว่ามีเพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศชอบ พื้นไม้มากกว่าพื้นปูด้วยพรม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือโทรทัศน์เครื่องที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 72.21 รองลงมาคือตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศเครื่องที่ 1 อินเทอร์เน็ต และเคเบิลทีวี ตามลำดับ

สรุปได้ว่ารูปแบบของห้องพักอาศัยที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (ข้อ 4.2) คือห้องพักแบบเตียงคู่ Superior และห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Superior (ตารางที่ 4.12 ตารางที่ 4.13) เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเข้าพักมากกว่าแบบอื่นๆ โดยมีขนาดพื้นที่ห้องพักอาศัย 24 ตารางเมตร และชั้นที่เข้าพักเป็นชั้นที่สูงสุดของอาคาร โรงแรม(ตารางที่ 4.16 แผนภาพที่ 4.11) และด้านที่มีทัศนียภาพเป็นด้านธรรมชาติโดยเฉพาะวิวทัศนียภาพแม่น้ำเจ้าพระยา(ตารางที่ 4.17) สำหรับด้านการตกแต่งห้องพักที่ควรจัดให้ บริการแก่นักท่องเที่ยวและให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ห้องอ่างน้ำ ห้องนอนส่วนตัว อ่างอาบน้ำ ผนังวอลล์เปเปอร์ และพื้นแบบปูด้วยพรม(ตารางที่ 4.19 แผนภาพที่ 4.12) นอกจากนี้ควรมีห้องพักที่มีพื้นเป็นไม้ไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศและคนไทยบางส่วน ที่นิยมความเป็นธรรมชาติ(ตารางที่ 4.20) ในส่วนของบริการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และทางโรงแรมควรจัดไว้เป็นบริการพื้นฐานในห้องพัก และดูแลบำรุงรักษาให้มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่เสมอ คือ โทรทัศน์ ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ เคเบิลทีวี และให้ความสำคัญกับบริการอินเทอร์เน็ต(ตารางที่ 4.23 แผนภาพที่ 4.14)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักราคา คือปัจจัยด้านราคาห้องพัก รองลงมาคือ ทำเล/สถานที่/สิ่งแวดล้อม และรูปแบบห้องพัก ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ (ตารางที่ 4.27 แผนภาพที่ 4.15) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักราคาของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่เหมือนกัน ยกเว้นชาวฟินแลนด์ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ขนาดห้องพัก ราคาห้องพัก ตามลำดับ(ตารางที่ 4.30) นอกจากนี้ผลการศึกษพบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ การตกแต่งภายในห้องพัก วิวหรือทัศนียภาพและขนาดห้องพัก(ตารางที่ 4.30)

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อราคาห้องพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 61.85 การวิเคราะห์โดยจำแนกตามรูปแบบห้องพักอาศัย พบว่ามีเพียงนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในห้อง Superior ที่ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาห้องพักไม่เหมาะสม และผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เห็นว่าราคาห้องพักที่จัดเก็บไม่เหมาะสมได้ทราบว่าส่วนใหญ่ตอบว่า ระดับราคาห้องพักที่เหมาะสมคือ ราคาระหว่าง 501 บาท – 1,000 บาทต่อคืน

สรุปได้ว่าปัจจัยได้ราคาห้องพัก เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการศึกษาที่ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมโรงแรม ที่จะทำให้อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดี

#### 4.4.3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

การสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อโรงแรมด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อโรงแรมเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบงาน การจัดการด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาโดยจำแนกรายการเสนอแนะเป็น 3 ด้าน คือ การบริการ อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือต้องการให้ปรับปรุงระบบดูแลรักษาความสะอาดและระบบงานต้อนรับของโรงแรม ในส่วนของปัจจัยด้านอาคาร สถานที่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้โรงแรมปรับปรุงสภาพภายในห้องพักมากกว่าสถานที่ภายในอาคาร สำหรับในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้โรงแรมปรับปรุง บริการอินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ห้องอาหาร และสระว่ายน้ำ ตามลำดับ

สรุปผลข้อเสนอแนะที่ได้จากนักท่องเที่ยวในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน พบว่ารายการที่นักท่องเที่ยวต้องการให้โรงแรมปรับปรุงมากที่สุด คือ บริการระบบรักษาความปลอดภัย รองลงมาคือ สภาพภายในห้องพัก ระบบดูแลรักษาความสะอาด การบริการอินเทอร์เน็ต และห้องอาหาร ตามลำดับ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้แนะนำบริการใหม่ที่ต้องการให้โรงแรมจัดไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เตียงผ้าใบสำหรับพักผ่อนที่ระเบียงห้องพัก และยาสามัญประจำบ้าน เป็นต้น

ดังนั้นรัฐบาลจึงควรที่จะมีแนวทางและมาตรการด้านความปลอดภัยให้มากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นด้านภัยพิบัติทางด้านธรรมชาติ และด้านการก่อความไม่สงบต่างๆ เพราะเป็นส่วนที่ส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อปรับปรุงให้อุตสาหกรรมที่อยู่อาศัยเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมระดับ 3 ดาว ให้มีคุณภาพและใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และสามารถนำไปปรับใช้กับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีศักยภาพมากที่สุด เพราะประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศติดต่อกันมากกว่า 5 ปีแล้ว ดังนั้นรัฐบาลจึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีศักยภาพดีขึ้นตลอดจนสังคม และการพัฒนาของประเทศแข็งแกร่งมากขึ้น และปรับปรุงให้อุตสาหกรรมที่อยู่อาศัยเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมให้มีคุณภาพโดยใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะ โรงแรมเป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงสุดนั่นเอง