

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์
FACTORS AFFECTING ON HOTEL SELECTING OF INTERNATIONAL TOURISTS IN
VIENTIANE CAPITAL

ทันสมัย วรวงศ์

อีเมล: Tot_jogo@hotmail.com

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร. อีสรี แพทย์เจริญ

อีเมล: Isaree.bae@mfu.ac.th

สำนักวิชา การจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้จุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมในเขตนครหลวงจำนวน 100 ราย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาเยือนครั้งแรกคิดเป็นร้อยละ 87.0 มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 84.0 ระยะเวลาเข้าพักอยู่ในระหว่าง 1-3 วันคิดเป็นร้อยละ 78.0

พบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกที่พักในนครหลวงเวียงจันทน์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และเมื่อพิจารณาตามแรงจูงใจทั้งหมดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ด้านคุณค่า ด้านคุณภาพของโรงแรม และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษาเหล่านี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเป็นแนวทางการพัฒนาโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ ผู้ศึกษาหวังว่ามันจะเป็นประโยชน์ให้กับทุกคน.

คำสำคัญ: โรงแรม/การเลือกใช้บริการโรงแรม/นครหลวงเวียงจันทน์

Abstract

The purpose of this study is under topic of factors affecting on hotel selecting of International tourists in Vientiane capital. The sample group of this research was 100 tourists who used hotels in Vientiane capital, and the tool was questionnaires survey.

The results showed that 87 percent of the tourists visited Vientiane for the first time. Moreover, 84 percent of the tourists visited Vientiane for travelling as their purpose; and 78 percent of them had the length of stay of 1-3 days.

In addition, it was found that tourists' motivation of selecting hotels in Vientiane capital was at a high level ($\bar{X} = 3.96$). Selecting hotels, most of the tourists prioritized five factors: hotel staff is quality; local hotel site; hotel's value; hotel's quality; and hotel security, respectively.

To conclude, the findings of this study could be basic information and guideline of hotel business development in Vientiane capital.

Keywords: hotel / selecting hotel/ the Vientiane capital

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกเรามีแนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ นักท่องเที่ยวต่างค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตลอดเวลา นอกจากนั้นสถานที่ท่องเที่ยวยังมีปัจจัยเสริมให้กับนักท่องเที่ยว ที่เรียกว่าสถานที่พัก ซึ่งเป็นการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเอง และเวลาท่องเที่ยวที่มีจำกัด โรงแรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญอันดับต้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง จะคำนึงถึง ก่อนการวางแผนเดินทางไป ณ สถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

สภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศในอาเซียนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นประเทศ สิงคโปร์ เมียนมาร์ มาเลเซีย เวียดนาม และไทย เป็นส่วนนํารายได้เข้าประเทศ และเกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในเขตท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสปป.ลาว ก็มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบการ

ท่องเที่ยวของสปป.ลาว นั้นแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (435 สถานที่) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา (849 สถานที่) และทางประวัติศาสตร์ (209 สถานที่) ประเทศลาวมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกอยู่ 2 แห่งคือเมืองหลวงพระบาง และวัดพูจำป่าสัก โดยเฉพาะเมืองหลวงพระบางเป็น เมืองมรดกโลกที่ได้รับเลือกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก ปี 2558 จากนิตยสารวันเดอร์ลิสต์ (Wanderlust) ของอังกฤษ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาที่สำคัญ และได้ความนิยมคือเมืองวังเวียง จากที่กล่าวมานั้นเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สปป. ลาว มีมากมายหลากหลายรูปแบบให้เลือก(สถานที่ท่องเที่ยว).จากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวลาวในปี 2558 รายงานว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวใน สปป.ลาว มีจำนวน 4,600,000 คน ซึ่งทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนถึง 725 ล้านดอลลาร์และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจด้านบริการต่างๆในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ มีการปรับเปลี่ยนของธุรกิจเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

นครหลวงเวียงจันทน์เป็นนครหลวงของสปป.ลาว ประกอบด้วย 9 เมือง และมีประชากรโดยประมาณ 6,800,000 คน (สถิติแห่งชาติ สปป.ลาว ปี 2557) นครหลวงเวียงจันทน์ยังเป็นศูนย์กลางรวมทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคม เป็นสถานที่ทำงานของราชการ เอกชน สถานทูตต่างประเทศ และเป็นศูนย์กลางของการขนส่งไปจังหวัดต่างๆ นอกนั้นยังเป็นสถานที่อำนวยความสะดวกในหลาย ๆ ด้านในการบริการประชาชน ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในสปป.ลาว เข้ามาเยือน เช่น โรงแรม ธนาคาร ศูนย์การค้า โรงพยาบาล สถานีตำรวจ เป็นต้น นอกนั้นนครหลวงเวียงจันทน์ยังมีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งเช่น พระธาตุหลวง ประตูลี้ หอพระแก้ว วัดสิริเสถ วัดเชียงควร ในระยะหลายปีที่ผ่านมาภาครัฐบาลได้แก้กฎหมาย และออกนโยบายด้วยการส่งเสริมการลงทุนให้แก่นักลงทุนที่สนใจทำธุรกิจในสปป.ลาวทั้งนักลงทุนภายในและนักลงทุนต่างชาติ สามารถเข้ามาลงทุนในประเภทธุรกิจด้านบริการเช่น อสังหาริมทรัพย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนจากประเทศจีน เวียดนาม ไทย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น

โรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์มีลักษณะที่แตกต่างกัน ตามแต่ขนาดของโรงแรม และการได้รับการรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ โรงแรมได้มีบทบาทสำคัญต่อการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ และงานสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานประชุม งานเลี้ยง งานแต่งงาน และอื่น ๆ เนื่องจากสปป.ลาว มีความสงบสุข การเมืองมีเสถียรภาพ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บวกกับนโยบาย ของภาครัฐในการเปิดกว้างสู่โลกภายนอก (สากล) และ ประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่

รู้จักมากขึ้นสปป.ลาว ได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับชาติหลายครั้ง โรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์ได้ มีบทบาทเป็นอย่างมากในการรองรับแขกผู้นำประเทศต่าง ๆ และนักท่องเที่ยว โดยทั่วไป ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2559 ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่ธุรกิจด้านบริการมากยิ่งขึ้น เช่น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น การเชื่อมโยงที่อำนวยความสะดวกในการเดินทาง และความต้องการท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลายในการเป็น AEC

ผู้ศึกษาจึงได้สังเกตเห็นปัญหาดังกล่าวคือปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ และแนวทางการพัฒนาการให้บริการโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร
คือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกใช้บริการโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์จำนวน 100 คน
2. ขอบเขตเวลา
การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 ถึง มิถุนายน 2559

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโรงแรม
ความหมายโรงแรมในองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติลาว ได้กล่าวว่าโรงแรมหมายถึงสถานที่พักแรมประกอบด้วย 15 ห้องนอนขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีคุณภาพ และการบริการที่มีมาตรฐานดี มีจุดประสงค์ดำเนินธุรกิจบริการ ที่พักรั่วคราวสำหรับคนเดินทางโดยมีค่าบริการ และความหมายของโรงแรมในสากลก็มีลักษณะคล้ายกับโรงแรมในความหมายของลาว แต่มีการยกตัวอย่างของการบริการประกอบความหมายชัดเจนกว่าเช่น

ความหมายว่าโรงแรมคือ สถานประกอบการที่ผู้ให้บริการต้องจัดให้มีบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการแก่นักเดินทางที่ต้องจ่ายค่าบริการ หรือโรงแรมคือสถานที่ซึ่งจัดด้านที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ักเดินทาง (Bhatia, 1983 : 240)

โรงแรม หมายถึงสถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทาง ในเรื่องของที่พักอาศัย อาหารและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัย และ เดินทาง หรืออาคาร ที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพักซึ่งเรียกว่า "แขก" (Guest)

คำว่า Hotel หรือ โรงแรมมีที่มาจากภาษาฝรั่งเศสซึ่ง1788 โดยใน สมัยก่อนใช้คำว่า Hôtel และภายหลังได้เปลี่ยนตัวโอมาเป็น โอปกติในภาษาอังกฤษเป็น Hotel เหมือนปัจจุบัน

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงผลักดัน และแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว

Dann (1977) ได้ทำศึกษาการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow และนำมา เชื่อมโยงกับทฤษฎีของตัน ซึ่งได้อธิบายว่าการเดินทางท่องเที่ยวของคนนั้นจะมีปัจจัยด้วยกัน 2 ชนิดที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ แรงผลักดัน (Push factors) และแรงดึงดูด (Pull factors) ซึ่ง Dann ได้กล่าวว่า “Push factors คือปัจจัยที่ทำให้คนอยากเดินทาง และ Pull factors คือปัจจัยที่ส่งต่อการเลือกสถานที่ต่าง ๆ ที่ต้องการเดินทางไปซึ่งทั้งสองปัจจัยหลักนั้นได้พบเหตุผลหลายประการ ดังนี้”

แรงผลักดัน หรือ (Push factors)

1) ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการกันของร่างกาย ความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดเหนือความต้องการอื่น ๆ นั้นคือความต้องการทางร่างกาย เช่น หากเราต้องทำงาน อย่างหนักร่างกายย่อมต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน ร่างกาย หรือหากต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวจึงเป็น ทางเลือกหนึ่งในการคลายความเครียดได้

2) ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม (Social Needs) การ เดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ย่อมทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกตัวเองว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากสังคม และมีโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ หรือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

3) ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไป จากที่อยู่อาศัยเดิม (Culture Needs) เนื่องจากคนเรามีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นอยู่ในตัวเอง ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว เช่น มีความอยากรู้อยากเห็น

วิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะของประเทศอื่น ๆ ที่แตกต่างกับตนเองอาศัยอยู่ทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน

4) ความต้องการความภาคภูมิใจที่ตนได้เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เนื่องจากคนเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ (esteem / Presting needs) ทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปเห็นสถานที่แปลกแตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เขาค้นพบเอง ย่อมนำความภาคภูมิใจมาสู่ตนเอง อีกทั้งญาติมิตรอาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

5) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (Novelty Needs) เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่ มีความอยากรู้อยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ จึงเป็นมูลเหตุให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อจะได้พบเห็นสิ่งใหม่ที่เคยเห็นมาก่อน อันเป็นการค้นพบโลกใหม่ และพบสิ่งแปลกใหม่สำหรับตนเอง

แรงผลักดันดังกล่าวนี้เป็นเพียงมูลเหตุจูงใจ ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวต่อจากนี้ในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นนอกจากนั้น Crompton (1979) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจภายใน หรือปัจจัยผลักดันซึ่งทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวนั้นคือส่วนประกอบด้านสังคม หรือปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคมซึ่งเหล่านั้นประกอบด้วยเหตุผลหลายประการเช่น การค้นหาและประเมินตนเอง การมีโอกาสได้พักผ่อนหย่อนใจ การหนีหนีจากความจำเจในชีวิตประจำวันหรือความวุ่นวายของสังคมเมือง ความรู้สึกมีเกียรติ โอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น การไปเยือนผู้คนหรือญาติพี่น้องเป็นต้น นอกจากนี้ Uysal and Hagan (1993) ได้อธิบายว่าแรงผลักดันของการท่องเที่ยวนั้นประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ 1) ความรู้ด้านการตลาด 2) ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์เช่นเพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว 3) แรงจูงใจเช่น ความต้องการหนีหนีจากความจำเจ และความเครียดจากที่ทำงาน ความต้องการการพักผ่อน หรือผ่อนคลาย ความชอบส่วนบุคคล และความต้องการมีสุขภาพและร่างกายที่แข็งแรง

แรงดึง หรือ (Pull factors)

Pull factors คือแรงดึงต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ ต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน นักท่องเที่ยวอาจเลือกที่จะเดินทางไปสถานที่เงียบสงบเหมาะกับการพักผ่อน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจจะเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป

Crompton (1979) ได้อธิบายว่าแรงดึงดูด หรือปัจจัยดึงดูดคือปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเหตุผลความต้องการประกอบด้วย 1) การได้ศึกษาเรียนรู้ และ 2) การได้พบเจอสิ่งแปลกใหม่ Uysal and Hagan (1993) ได้กล่าวว่าแรงดึงดูด หรือปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว นั้น คือสิ่งที่น่าสนใจหลายอย่างซึ่งประกอบด้วย 1) ความสะดวกสบาย และการเข้าถึงได้ง่ายเช่น ที่พัก ร้านอาหาร ระบบการคมนาคมขนส่ง บริษัทนำเที่ยว 2) ภาพลักษณ์ด้านการตลาดได้แก่ คุณภาพด้านการบริการ การอำนวยความสะดวกต่างๆ และภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว เป็นต้น และ 3) ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ความเป็นมาด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และกิจกรรมสันทนาการ

1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้มีการนิยามความหมายของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเอาไว้ดังนี้

กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ การบริโภค และการจัดการกับสินค้าหรือบริการ และหมายรวมถึงการศึกษากระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องทั้งก่อน และหลังจากการทำกิจกรรมเหล่านั้น Engel, Blackwell และ Miniard (1995) นอกจากนี้ Solomon (1996) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง กระบวนการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเลือกซื้อ ใช้ และการจัดการหลังการใช้สินค้าและบริการและความคิดหรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Schiffman และ Kanuk (2000) ให้นิยามพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมิน เก็บรักษาหรือทิ้งสินค้า และบริการซึ่งคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการได้อย่างน่าพอใจ

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลแสดงออก เลือก ซื้อ ใช้ และการจัดการหลังการใช้สินค้าและบริการ และความคิดหรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรม เป็นต้น

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ทั้งหมด 5 ประเภท

1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversiory Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวแสวงหาแนวทางใหม่เพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3) นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาประสบการณ์ (Experiential Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่สนใจ และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้ และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (Existential Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมเดียวกับคนท้องถิ่น และมักใช้เวลาอยู่แหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการด้านที่พักโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์จำนวน 100 ราย และได้รับการอนุเคราะห์ จากผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโรงแรมในนครหลวงเวียงจันทน์เป็นอย่างดีในการประสาน หรือความร่วมมืออำนวยความสะดวกในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ส่วนขั้นตอนการวิจัยนั้นผู้ศึกษาได้ศึกษา และทบทวนทฤษฎี บทความวารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากหลากหลายช่องทางเพื่อกำหนดรูปแบบของงานวิจัย หรือกำหนดเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ซึ่งได้รับการอนุเคราะห์จากอาจารย์ทรงคุณวุฒิ และข้อเสนอแนะต่างที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้ ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยผู้ศึกษาได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดย รูปการแจกแจงค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) ในโปรแกรม SPSS หลังจากนั้นนำผลการศึกษาที่ได้ไปเขียนสรุปอธิบาย และอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	46	46.0
หญิง	54	54.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	17	17.0
26-35 ปี	24	24.0
36-45 ปี	9	9
46-55 ปี	25	25
56-65 ปี	22	22
มากกว่า 65 ปี	3	3
รวม	100	100

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับอายุ 46-55 ปีเป็นกลุ่มเดินทางเข้ามาเที่ยวในเขตนครหลวงเวียงจันทน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25 ในขณะที่ระดับอายุ 26-35 ปีเป็นกลุ่มรองลงมาโดยคิดเป็นร้อยละ 24 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ยุโรป	38	38.0
เอเชีย	56	56.0
สหรัฐอเมริกา/แคนาดา	2	2.0
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์	4	4.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 3 แสดงให้ทราบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียโดยคิดเป็นร้อยละ 56 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวยุโรปคิดเป็นร้อยละ 38

2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านจำนวนครั้งที่มาเยือนนครหลวงเวียงจันทน์

จำนวนครั้งที่มาเยือน	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	87	87.0
ครั้งที่สอง	4	4.0
ครั้งที่สาม	4	4.0
มากกว่า สามครั้ง	5	5.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 4 แสดงให้ทราบว่านักท่องเที่ยวมาโดยส่วนใหญ่เยือนเขตนครหลวงเวียงจันทน์เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 87 และรองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มาเยือนมากกว่าสามครั้งคิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ที่มาเยือนนครหลวงเวียงจันทน์

วัตถุประสงค์ที่มาเยือน	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุรกิจ	5	5.0
ท่องเที่ยว	84	84.0
เยี่ยมเพื่อน/ญาติพี่น้อง	3	3.0
เดินทางมาพักผ่อน	7	7.0
อื่น ๆ	1	1.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 5 แสดงให้ทราบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์มาเยือนเขตนครหลวงเวียงจันทน์เพื่อท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 84 และรองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 7 ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระยะเวลาเข้าพักในเขตนครหลวงเวียงจันทน์

ระยะเวลาเข้าพักในนครหลวงเวียงจันทน์	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	78	78.0
4-7 วัน	13	13.0
8-11 วัน	4	4.0
12-15 วัน	2	2.0
มากกว่า 15 วัน	3	3.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 6 แสดงให้ทราบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาเข้าพักในเขตนครหลวงเวียงจันทน์อยู่ระหว่าง 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 78 และรองลงมาคือนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาพักอยู่ในระหว่าง 4-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 13

3. แรงจูงใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวง เวียงจันทน์

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พัก	\bar{X}	การแปลผล
แรงจูงใจที่ 1 ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม	4.11	มาก
แรงจูงใจที่ 2 ด้านคุณภาพของโรงแรม	4.01	มาก
แรงจูงใจที่ 3 ด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน	4.16	มาก
แรงจูงใจที่ 4 ด้านความปลอดภัย	3.46	มาก
แรงจูงใจที่ 5 ด้านคุณค่า	4.08	มาก
รวม	3.96	มาก

ตารางที่ 6 แสดงให้ทราบว่าแรงจูงใจของการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตนครหลวง
เวียงจันทน์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และเมื่อพิจารณาตามแรงใจเป็นรายด้าน
พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$)
รองลงมาคือด้านสถานที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) และด้านคุณค่าอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.08$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ที่แตกต่างกัน โดยมี
นัยสำคัญทางสถิติ

2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในนครหลวงเวียง
จันทน์โดยผู้ตอบแบบส่วนใหญ่มาเยือนนครหลวงเวียงจันทน์เป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์ที่มาเยือน
คือท่องเที่ยว และระยะเวลาเข้าพักแรมคือ 1-3 วัน

3. แรงจูงใจต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตนครหลวง
เวียงจันทน์โดยสรุป พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ คุณภาพการให้บริการของ

พนักงาน รองลงมาคือรองลงมาคือแรงจูงใจด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม และแรงจูงใจด้านคุณค่าตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ผู้ที่สนใจ ผู้ทำธุรกิจด้านที่พักโรงแรม และยังเป็นแนวทางการพัฒนาด้านธุรกิจที่พักโรงแรมในเขตนครหลวงเวียงจันทน์ หรือสถานที่อื่นๆ
2. ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไปนั้น จากตัวเลขทางสถิติการท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว ปี 2558 ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวมีมาเยือน สปป.ลาว พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านเช่น ไทย เวียดนาม จีน ส่วนในอาเซียนมี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และกลุ่มประเทศในยุโรป ดังนั้นผู้ศึกษาจึงแนะนำเพื่อเป็นกรณีศึกษาในครั้งต่อไปดังนี้
 - 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตนครหลวงเวียงจันทน์
 - 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีในเขตนครหลวงเวียงจันทน์
 - 3) ศึกษาความพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในเขตวังเวียง

รายการอ้างอิง

ข้อมูลเชิงสถิติการท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว (2558) สืบค้นเมื่อวันที่ 29/05/2559 จาก <http://www.tourismlaos.org/files/files/2015%20Statistics%20Report%20on%20Tourism%20in%20English%20Version.pdf>

<http://www.nationmultimedia.com/business/Thai-nationals-remain-top-of-the-list-of-tourist-a-30285782.html>

ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานของ โรงแรม สืบค้นเมื่อวันที่ 05/06/2559 จาก http://www.teacher.ssru.ac.th/weera_we/pluginfile.php/223/mod_resource/content/0/_Hotel_and_FB.pdf

นิตยสารวันเดอรัลส์ (2558) ข้อมูลเมืองหลวงพระบาง สืบค้นเมื่อ 04/07/2558 จาก <http://www.wanderlust.co.uk/magazine/news/wanderlust-travel-awards-2015-the-winners>

ประชากรสปป.ลาว สืบค้นเมื่อ 08/08/2558 จาก

<http://www.nationmultimedia.com/aec/Make-the-most-of-tourism-potential-ADB-economist-a-30284170.html>

ไพศาล ทองคำ (2551). พฤติกรรมความต้องการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว
กรณีศึกษาบริเวณ อ่าวนางจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
การตลาดมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

พัน โนลา สุขบัณฑิต (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโรงแรมในเขตกำแพง
นครหลวงเวียงจันทน์ของผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ บช.ม. สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รวงทอง อูระวรรณ (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมรีสอร์ทในเขต
กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 07/05/ 2559 จาก

http://grad.vru.ac.th/meeting_board/_2554_10_meeting/PreMba/Roungthong.pdf

วันวิสาข์ จำณรงค์ (2550). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยราช
ภัฏสวนดุสิต

สาวหทัยรัตน์ ทองเรือง (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่
พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ บริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัราชภัฏสุราษฎร์ธานี

แสงเดือน รตินทร (2555) ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการ
ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ไทย (สสอท) สืบค้นเมื่อ 10/10/2558 จาก

[www.google.co.th/#q=%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%99+%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%A3+\(2555\)+](http://www.google.co.th/#q=%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%99+%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%A3+(2555)+)

อรอนงค์ ทองแท้ (2552). ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศในเขตตำบลป่าตองอำเภอกะทู้จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Dann, G., (1977), and Crompton, J. (1979) push and pull factor in tourist

www.ukessays.com/essays/tourism/push-and-pull-factor-in-tourism-tourism-essay.php