

54602705 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ / พฤติกรรมผู้บริโภค / ทัศนัยอิเล็กทรอนิกส์
ระบบจองห้องพักออนไลน์

จุดพร รัตน์เถลิงศักดิ์ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการระบบจองห้องพัก
ออนไลน์ของธุรกิจที่พักในประเทศไทย. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 112 หน้า.

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการระบบ
จองห้องพักออนไลน์ของธุรกิจที่พักในประเทศไทย โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแนวทาง Krejcie and
Morgan ใช้รูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling Design) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล
จำนวนทั้งสิ้น 386 ชุด

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในผู้บริหารระดับต้น จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ
36.8 ส่วนใหญ่อยู่ฝ่ายที่รับผิดชอบฝ่ายการขายและการตลาด (Sales and Marketing Department) จำนวน
255 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 โรงแรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30
และส่วนใหญ่มีมากกว่า 200 ห้อง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 สำหรับประเภทธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่เป็น
รีสอร์ท (Resort) จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 และส่วนใหญ่การดำเนินงานธุรกิจและบริหารโรงแรมด้วย
ตนเอง (Independent Hotel) จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20

ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการระบบจอง
ห้องพักออนไลน์ของธุรกิจที่พัก ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ด้าน
ราคา โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85)

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86) ด้านการส่งเสริม
การขาย โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) ด้านบุคลากร โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก
ที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก
(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) และด้านกระบวนการ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24) ด้านการ
ส่งเสริมการขาย โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) ด้านบุคลากร โดยรวมพบว่าอยู่ใน
ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับ
มาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) และด้านกระบวนการ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ จำนวนห้อง ประเภทการให้บริการ และรูปแบบ
การบริหารงาน ที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการระบบจองห้องพักออนไลน์
ของธุรกิจที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

54602705 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : THE MARKETING MIX/CONSUMER BEHAVIOR/ELECTRONIC COMMERCE/
ONLINE RESERVATION SYSTEM

CHATUPORN RUTTALAUNGSAK : FACTORS AFFECTING MARKETING MIX
CHOOSES OF ONLINE RESERVATION SYSTEM IN THAILAND HOTEL BUSINESS. THESIS
ADVISOR : ASST. PROF. PITAK SIRIWONG, Ph.D .112 pp.

In this study, the researcher focused on the “7 P”, the marketing mix factors that influence the choice of service Online Reservation System Business in Thailand by using Quota Sampling Design. Sample size of population was using Krejice and Morgan Method. Questionnaires were used to collect data within 386 cases.

The results showed the majority of the junior management positions (142 cases or 36.8 percent), most of the parties responsible for Sales and Marketing (255 cases or 66.1 percent), most of the hotels are located in Bangkok (117 cases or 30.3 percent), and most have more than 200 Room Numbers (124 cases or 32.1 percent). The type of business are mostly resort (192 cases or 49.7 percent), and the business operations and management are mostly Independent Hotel (217 cases or 56.2 percent).

Analysis of the marketing mix factors affecting the choice of Online Reservation System in Thailand Hotels Business. The product was found to be the most important factor (Mean = 4.408), the price (Mean = 3.851), the distribution channels (Mean = 2.815), the promotion (Mean = 4.225), the personnel (Mean = 4.345), the creation and presentation of physical characteristics (Mean = 3.921), and the process (Mean = 4.241).

The assumption test by Anova F-test showed the factors of marketing mix that have statistically significant influences in choosing Online Reservation System service of hotel business are city, number of rooms in hotel, type of service, and type of management.



Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านและที่มีอาจกล่าวนามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้ ขอขอบคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวตลอดจนเพื่อน ๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สุดท้ายนี้ หากงานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกันกับผู้วิจัย นับเป็นความปิติอย่างยิ่งที่ได้ทำงานวิจัยฉบับนี้ขึ้น และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

