

**นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม
ของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดนครราชสีมา**

**SERVICE INNOVATION AFFECTING TO HOTEL SERVICE DECISION
MAKING OF TOURISTS IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE**

ณาทยา ศรีรักษา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการของโรงแรม ในเขตจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือก ใช้บริการโรงแรมในเขตจังหวัดนครราชสีมา 4) เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา) กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ขั การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ จากผลการศึกษา พบว่า (1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 - 39 การศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี อาชีพปัจจุบันคือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และเลือกรงรมที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว (2) ระดับการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (3) การรับรู้ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับมาตรฐานโรงแรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกัน (5) นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นวัตกรรมบริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวคิดใหม่ ด้านการบริการ กระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study personal factors of the tourist in Nakhon Ratchasima province for using services from hotel, 2) to study the service innovations of hotels in Nakhon Ratchasima province, 3) to study the decisioning process of the tourist for hotel services in Nakhon Ratchasima, 4) to compare the decisioning process of the tourist for hotel services in Nakhon Ratchasima, separated one by one, and 5) to study service innovations to affect the tourist's decisions about hotels in Nakhon Ratchasima. The population in this study consisted of 385 tourists who chose to use hotel service in Nakhon Ratchasima province. The sample size was calculated according to Cochran's technique (W.G. Cochran, 1969). A questionnaire was used as the research tool. The statistics used in the study consisted of descriptive statistics, which were used to describe frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, such as the t-test and One-Way ANOVA, were also applied to analyze group differences. The results of the study found that the majority of the tourists were female, aged 30-39, who graduated with a bachelor's degree and work as office workers with an average income range of 20,001–30,000 baht and chose a 3-star standard hotel. According to an analysis, tourists who responded to a questionnaire had the highest awareness rate of innovative hotel services, indicating that consumer interaction was the one they were most aware of. An analysis of tourists' awareness to make a decision about using hotel services in Nakhon Ratchasima discovered that the alternative assessment is the factor with the most awareness about innovative hotel services. The results of the hypothesis revealed that gender showed no difference in decision-making for choosing hotel service in Nakhon Ratchasima, whereas the results taken from age, education level, current job, and average income were shown on the opposite side with a significant statistical difference of 0.05. For the study of service innovation to affect tourists' decisions about hotels in Nakhon Ratchasima, it was found that there were 3 aspects to the study: new concepts of service, new processes of service transfer, and new technologies of service, with a significant statistical difference of 0.05.

Keywords: service innovation, decision of using hotel service

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจโรงแรมจัดว่าเป็นธุรกิจภาคบริการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปีที่ผ่านมา การดำเนินการจัดการของโรงแรมในอดีตกับปัจจุบันจึงมีความแตกต่าง ในอดีตการบริหารในธุรกิจโรงแรมส่วนมากเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ดูแลและบริหารงานเองเนื่องจากคู่แข่งชั้นในธุรกิจยังมีน้อย แต่ในปัจจุบันนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากมีโรงแรมเกิดขึ้นใหม่ มีสไตล์ที่ทันสมัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันเกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงต้องพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลาย ๆ อย่าง เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนให้มีความต้องการอยากกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งโรงแรมต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ในการสร้างความประทับใจจะต้องประกอบไปด้วยหลายส่วนไม่ว่าจะเป็น อัตราค่าที่พัก สถานที่ ตั้งขนาดของโรงแรม ห้องอาหาร ห้องประชุมสัมมนา สปา ฟิตเนส หรือแหล่งผ่อนคลายต่าง ๆ รวมไปถึงการบริการของพนักงานทุกฝ่ายจะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน ธุรกิจโรงแรมยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น การแข่งขันในอนาคตจึงมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้มีความพึงพอใจสูงสุดและผู้ประกอบ การจึงต้องสร้างมาตรฐานการบริการ ให้ตรงตามเป้าหมายที่โรงแรมกำหนดไว้ (คำนวล ชุมณี, 2554, หน้า4) จึงจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ ให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวมาใช้บริการและเกิดความประทับใจให้ได้มากที่สุด

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่เรียกกันว่า “โคราช” เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ ผู้มาเยือนจะได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติที่งดงามได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยุติกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ:เว็บไซต์) จึงทำให้ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องเพราะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้นทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ชัยวิทย์ ไชยเจริญสุข, 2557 : 12) อีกทั้งยังมีเงินสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่นโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เพื่อเป็นส่วนลดในการจองห้องพักและการจองตั๋วเครื่องบิน จึงมีการแข่งขันเพื่อต้องการเป็นผู้นำและโดดเด่นเหนือคู่แข่ง อย่างไรก็ตามนวัตกรรมด้านการบริการนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรม ทำให้ธุรกิจมีข้อได้เปรียบ และดำเนินต่อไปได้อย่างมีจุดยืนที่ชัดเจนในตลาดของธุรกิจโรงแรม การแข่งขันของตลาดธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน ต้องมีความเข้าใจในความต้องการ

ของลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจง ดังนั้นจึงต้องศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเพื่อให้สามารถพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ และวางแผนการดำเนินงานให้ไปในแนวทางที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (มณฑกานติ ชุบชูวงศ์. 2562) ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงต้องให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมบริการ นำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ บริการให้เหนือความคาดหวัง และเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการตัดสินใจของผู้เลือกใช้บริการโรงแรม

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโรงแรม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวางแผนพัฒนานวัตกรรมบริการให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ให้ได้เปรียบเหนือคู่แข่งและเป็นผู้นำในด้านการบริการโรงแรม ตลอดจนผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจธุรกิจโรงแรม ที่ต้องการเรียนรู้นวัตกรรมบริการและกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรม สามารถนำผลการวิจัยเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในการดำเนินงานและต่อยอดธุรกิจโรงแรมในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการของโรงแรม ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน
2. นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตงานวิจัย

มุ่งศึกษานวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 6 ตัวแปร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับของมาตรฐานโรงแรม และนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ ด้านแนวคิดใหม่ด้านบริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ความต้องการหรือปัญหา ด้านการแสวงข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน ได้จากการคำนวณของ ดับเบิลยู.จี.คอกชเรน (W. G. Cochran, 1953) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกหรือสมัครใจ

3. ขอบเขตพื้นที่ที่จะศึกษา พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้คือ โรงแรมในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งระดับมาตรฐานโรงแรมออกเป็น 1-5 ดาว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

Den Hertog (2010) ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการไว้ว่า เห็นว่ามีวิธีใดบ้างที่ธุรกิจสามารถคิดค้นหรือพัฒนากระบวนการบริการให้เกิดรูปแบบบริการใหม่ที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาและปรับปรุงให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมี 4 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดใหม่ด้านการบริการ (New service concept)
- 2) การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (New client interface)
- 3) กระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (New service delivery)
- 4) เทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (Technological option)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Schiffman & Kanuk (1994) ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem or Need Recognition) การที่บุคคล ได้รับความต้องการของตนเองซึ่งเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เมื่อเกิดถึงระดับหนึ่งจะเป็นสิ่ง กระตุ้น บุคคลเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขาจะรู้ว่า จะตอบสนองอย่างไร
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมาก พอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความ ต้องการทันที แต่ถ้าความต้องการไม่สามารถตอบสนองความต้องการจะถูกจดจำไว้ เมื่อความ ต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากพอ
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูล ต่อไปผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินทางเลือกต่าง ๆ
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกผู้บริโภค จะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ชอบมากที่สุด โดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการ ประเมินผลและการตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) เป็นความรู้สึกพอใจ หรือไม่พอใจภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว แบ่งออกเป็นความรู้สึกพอใจและไม่พอใจในสินค้า และบริการนั้น ความพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์จากการใช้ตรงกับผู้บริโภคคาดหวังไว้ และถ้าหาก ผู้บริโภคผิดหวังกับการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นก็รู้สึกไม่พอใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัด นครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณของกลุ่ม ตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ใช้สูตร ดับเบิลยู.จี.คอกซ แรน (W.G. Cochran, 1953) ในการหาค่าเฉลี่ยของขนาดตัวอย่างที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% โดย ยอมให้มีควาคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมจำนวนทั้งสิ้น 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีที่พัฒนาจากวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Education) อาชีพปัจจุบัน (Occupation) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) และระดับมาตรฐานโรงแรม (Star) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของโรงแรม ในจังหวัดนครราชสีมาเพื่อดูว่าผู้ใช้ บริการให้ระดับการรับรู้มากน้อยเพียงใด ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ แนวคิดใหม่ด้านบริการ (New service concept) การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (New client interface) กระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (New service delivery) เทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (Technological option) จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อดูว่านักท่องเที่ยวให้ระดับการรับรู้ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมมากน้อยเพียงใด ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา (Problem or Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) จำนวน 20 ข้อ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ สอบถามออนไลน์โดย Google Form และการแจก QR Codec ให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองจำนวน 385 ชุด สำหรับนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารบทความ หนังสือวิชาการ แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในวิจัย และร่างแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย t- test (Independent Sample) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) โดยใช้ค่า (F-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบความแตกต่าง ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่โดยใช้ วิธี Scheffe test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้โรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 อายุ 30-39 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 การศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 อาชีพปัจจุบันคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาว จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.42

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามให้ระดับการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการโดยรวมอยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 โดยนักท่องเที่ยวให้ระดับการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของโรงแรม ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และด้านแนวคิดใหม่ด้านการบริการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามให้ระดับการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม โดยรวมอยู่ในระดับรับรู้มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยนักท่องเที่ยวให้ระดับการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือกสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และด้านการรับรู้ความต้องการและปัญหาน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน สรุปผลสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวฤทธิ์ โยศรีคุณ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในจังหวัดนครราชสีมา ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีการพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในจังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชายต่างให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของนทสร สุขสารอมรกุล (2554) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าที่แตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงนั้นมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงมีความต้องการในการเลือกใช้บริการโรงแรมแตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษกร จิตเลิศรวงศ์ และนิธนา ฐานิทธนกร (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าไม่ว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H จะมีการศึกษาได้ก็สามารถเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ได้ทั้งสิ้น เพราะในยุคปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพปัจจุบันแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัด นครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี อาชีพปัจจุบันแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่อำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ประกอบการจึงต้องรู้ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการ การของกลุ่มลูกค้าในทุกอาชีพให้เกิดความประทับใจในด้านบริการได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัด นครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชัช ยมมงคลจันทรกุล (2564) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในเขต จังหวัดตรัง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก ผู้ใช้บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใ้ บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยมี ความเห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเพราะนักท่องเที่ยว จะตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวตามความเหมาะสมของรายได้ตนเอง

6. นักท่องเที่ยวที่เลือกมาตรฐานโรงแรมแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอด คล้องกับ งานวิจัยของชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโ รง แรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาว ไทยเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพราะชื่อเสียงของโรงแรม ผู้วิจัยมีความเห็นว่านักท่องเที่ยว ที่เลือกกระต๊อบมาตรฐานโรงแรมแตกต่างกัน จะได้รับความพึงพอใจในการบริการซึ่งจะแตกต่าง กันไปตามมาตรฐานของโรงแรม

สมมติฐานข้อที่ 2 นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา

ผลวิจัยพบว่า นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวคิดใหม่ด้านการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ โดยด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวสูงที่สุด เนื่องจากโรงแรมมีระบบสำหรับการจองห้องพักที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน โรงแรมมีช่องทางการจองที่หลากหลาย เช่น Agoda , Booking.com รวมถึงพนักงานมีการแนะนำจุดบริการต่างๆภายในโรงแรมและพนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน รองลงมาคือด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ เนื่องจากโรงแรมมีระบบการชำระเงินออนไลน์ที่สะดวกและรวดเร็วเช่น Internet Banking , QR Code ระบบอินเทอร์เน็ตของโรงแรมมีประสิทธิภาพ และมีบริการอย่างทั่วถึง โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน เช่น กล้องวงจรปิดที่ครอบคลุม และโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีที่ชาร์จสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า และอันดับสุดท้ายคือด้านแนวคิดใหม่ด้านการบริการ เนื่องจากโรงแรมร่วมโครงการที่รัฐบาลสนับสนุน เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โรงแรมมีการส่งเสริมการตลาดร่วมกับบัตรเครดิต เช่น แลกคะแนนสะสม โรงแรมมีการอัพเกรดห้องพักหรือส่วนลดให้ในวันพิเศษเช่น วันเกิด , วันครบรอบและเทศกาลต่างๆโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปา ห้องประชุม สอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุ่นเจริญ (2562) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรมบริการของโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และนวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือด้านนวัตกรรมกระบวนการ โดยมี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน และปัจจัยด้านการปฏิบัติสนับสนุนสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิสรา ชูศรี (2559) ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการตลาดแบบปากต่อปากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการหอผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้รับบริการในการตัดสินใจเข้ารับบริการหอผู้ป่วย ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาแนวทางการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1) จากผลการศึกษาในระดับการรับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการโรงแรม ในจังหวัดนครราชสีมา ทางโรงแรมจึงควรมีการเข้าร่วมโครงการที่รัฐบาลสนับสนุน เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน รวมถึงโรงแรมควรมีการอัปเดตห้องพักหรือส่วนลดให้ในวันพิเศษเช่น วันเกิด , วันครบรอบและเทศกาลต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการรับรู้ถึงนวัตกรรมบริการโรงแรมใหม่ๆ และเป็นการสร้างตัวเลือกให้หลากหลายแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2) จากผลการศึกษาในระดับการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่านักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา จะให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ด้านการประเมินผลทางเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด ทางโรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ให้เกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะศึกษาข้อมูลของโรงแรมก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

3) จากผลการศึกษาแนวทางการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาพบว่านวัตกรรมบริการของโรงแรม ด้านแนวคิดใหม่ด้านการบริการ ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โรงแรมควรรักษามาตรฐานการให้บริการให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อรักษาฐานลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

4) จากผลการศึกษาแนวทางการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่านวัตกรรมบริการของโรงแรม ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ทางโรงแรมจึงควรมีการอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ และคล่องแคล่วในการให้บริการมากขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

5) ควรมีการประชาสัมพันธ์บอกแผนผังการเดินทางไปยังโรงแรม ในเขต จังหวัดนครราชสีมาให้ชัดเจน และเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรขยายการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนากลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สามารถพัฒนาต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมเพิ่มเติมในอนาคต และสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้นได้

2) ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่นเพิ่มเติมที่มีความเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว เช่น ตัวแปรด้านความจงรักภักดี ตัวแปรด้านความพึงพอใจ ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดนครราชสีมาได้อย่างครบถ้วน

3) ควรทำการศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์โรงแรม เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงแบบรวมถึงวิธีการโฆษณาการท่องเที่ยวและการโรงแรมให้มีความหลากหลายมากขึ้น

4) ควรทำการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎกร จิตเลิศรวงศ์ และนิตนา ฐานิตชนก.ร (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คำานวล ชุมณี. (2554). โมเดลแสดงอิทธิพลคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงาต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว
- ชวฤทธิ์ โยศรีคุณ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพักโรงแรมในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดนครราชสีมา
- ชัยวัช ไชวเจริญสุข. (2557) กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ชลธิชา เตชะวิกรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- รัชชัย มงคลจันทร์กุล.(2564)การตัดสินใจและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง
- นทพร สุขसारอมรกุล. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์
- ปฐมพร ศรีวัฒน์ และนันทนา อุ้นเจริญ. (2562). นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- มณฑกานติ ชุบชูวงศ์. (2562).พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
- อัญชิสรา ชูศรี. (2559). นวัตกรรมบริการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการตลาดแบบปากต่อปากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการหอผู้ป่วยโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพฯ