



พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพัก
โรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร
The Eating and Drinking Behavior of Foreigners Staying
In Hotels in Bangkok

สร้อยขมา ทรัพย์หิรัญ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมและเลือกรับประทานอาหาร เครื่องดื่มในโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2556 จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ และมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไควร์สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมในการเข้าเลือกรับประทานอาหารส่วนใหญ่ รับประทานอาหารไทย ประเภทของอาหาร คือ อาหารทะเล มื้อที่รับประทาน คือ กลางวัน รสชาติอาหารไม่เผ็ดมากเกินไป งบประมาณอาหารแต่ละมื้อไม่เกิน 1,000 บาท ความคาดหวังในการเลือกรับประทานอาหาร และเครื่องดื่มในโรงแรม คือ ได้บริโภคเป็ยร์ไทย คาดหวังว่าได้รับประทานผลไม้สดตามฤดูกาล และอาหารพื้นเมือง และราคาไม่แพงจนเกินไป
2. ปัจจัยการตลาดบริการของโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม มีความสัมพันธ์ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Abstract

This research focused on survey research was under taken and the objective were to study the eating and drinking behavior of foreigners who stayed in hotels in Bangkok. The objectives to study the personal factors and the eating behavior, The respondents rated their opinion on the service marketing, The analysis of the relationship between personal factors and the eating and drinking behavior. The

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา Master CF Business Administration Tourism and Hotel
วิทยาลัยนานาชาติเซนเทรธา จังหวัดนครนายก ตำแหน่งผู้จัดการใหญ่ฝ่ายการตลาด โรงแรมรามาดา ประตูน้



populations was foreignness stayed in hotels in Bangkok. The sample group was 800 foreigners staying in the hotels who chose to eat and drink in Bangkok in 2013. The research instrument used was self-reported questionnaires with 5-point rating scale. Statistics used in analyzing the data are percentage, means, standard deviation, and Chi-Square values.

The findings show that: (1) The eating behavior showed that they chose Thai food, especially sea food. Most of the meals were lunches. The taste of food was not so spicy. The budget for each meal was not more than 1,000 baht. The expectation of eating and drinking in the hotels was to eat local food and seasonal fruits that were not expensive. (2) The respondents rated their opinions on the service marketing factors at a Moderate level. When analyzing all aspects, it was found that the factors with the highest scores were product/service, and the lowest scores were marketing promotion. (3) The analysis of the relationship between personal factors and the eating and drinking behavior was statistically significant at .05.

Keywords : Eating and drinking behavior, Foreigners, Hotels in Bangkok

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศไทยแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พักภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้นซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ซึ่งในปี 2557 คาดว่า ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1.32 ล้านล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 33 ฉบับที่ 2860 วันที่ 4 – 13 ก.ค. 56) และมั่นใจว่าปี พ.ศ. 2557 จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยว 28 ล้านคน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2556 ซึ่งการดำเนินการทางการตลาดในประเทศใช้กลยุทธ์หลักเพื่อขับเคลื่อน ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6 – 7 ของแรงงานทั้งระบบรวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบท ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชย การขาดดุลการค้า ในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก (แผนพัฒนาการการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา เมษายน 2554)



จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นจึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยว และผู้วิจัยเป็นผู้บริหารโรงแรมจึงสนใจทำการศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มของผู้เข้าพักโรงแรม เพื่อนำผลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวมาปรับปรุงนโยบายการบริการ โดยเฉพาะการบริการอาหารเช้าและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นรายได้หลักของโรงแรมเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพักโรงแรมมีความพึงพอใจและหันมาใช้บริการอีกตลอดจนแนะนำและบอกต่อผู้อื่นให้มาพักโรงแรมในวันที่จะทำให้โรงแรมมีรายได้จากการมาใช้บริการเพิ่มอย่างต่อเนื่องอย่างยั่งยืนตลอดไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการโรงแรมมีอะไรบ้าง
2. มีพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มในโรงแรมอย่างไร
3. มีความคิดเห็นต่อการตลาดบริการของโรงแรมอยู่ในระดับใด
4. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าพักโรงแรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มจริงหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มของโรงแรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดบริการโรงแรม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าพักโรงแรมกับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ขอบเขตเนื้อหา** การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยของนักวิชาการที่การผ่านมา เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ สถานที่พัก ภูมิภานา

ระยะเวลาที่เข้าพัก ปัจจัยการตลาดบริการของโรงแรม ประกอบด้วย ผลิตภันท์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด



ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรม อาศัยแนวคิดทฤษฎีของการจัดการตลาดธุรกิจโรงแรม สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย (2553 : 65 – 82) เพื่อเป็นกรอบในการศึกษา ประกอบด้วย วัตถุประสงค์การเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ประเภทของอาหาร มื้ออาหาร รสชาติอาหารที่เลือกงบประมาณในการรับประทานอาหาร ความคาดหวัง ในการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมและเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม เขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งไม่สามารถนับจำนวนได้
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้าพักโรงแรมและเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) กำหนดของเขตความคาดเคลื่อนที่ .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.1 สถิติพื้นฐาน 1) ค่าร้อยละโดยใช้สูตร Percentage (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 อ้างใน พิมพ์กมล ทิพย์มนตรี และคณะ, 2555) 2) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 - 3.2 สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ 1) การหาความเที่ยงตรง 2) การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบราวน์ (อ้างใน พิมพ์กมล ทิพย์มนตรี และคณะ, 2555)
 - 3.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมโดยใช้สถิติไคสแควร์

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาสรุปได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเข้าเลือกรับประทานอาหารส่วนใหญ่ รับประทานอาหารไทย ประเภทของอาหาร คือ อาหารทะเล มื้อที่รับประทาน คือ กลางวัน รสชาติอาหารไม่เผ็ดมากเกินไป งบประมาณอาหารแต่ละมื้อไม่เกิน 1,000 บาท ความคาดหวังในการเลือกรับประทานอาหาร และเครื่องดื่มในโรงแรม คือ ได้บริโภคเบียร์ไทย คาดหวังว่าได้รับประทานผลไม้สดตามฤดูกาล และอาหารพื้นเมือง และราคาไม่แพงจนเกินไป
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดบริการของโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด



3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม มีความสัมพันธ์ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารในโรงแรมส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทย อาจเป็นเพราะว่าประเทศไทยประชาสัมพันธ์อาหารไทยและวิจัยตลอดเวลาจนค้นพบว่าอาหารไทยที่ต่างชาติต้องการ คือ ผัดไทย และแกงมัสมั่น ประเภทอาหารที่รับประทาน คือ อาหารทะเล อาจเป็นเพราะโรงแรมจัดอาหารทะเลที่สดใหม่ และรสชาติดี มื้อที่รับประทาน คือ มื้อกลางวัน อาจเป็นเพราะอาหารกลางวันมีอาหารหลากหลายให้เลือกมากมายหลายชนิด งบประมาณอาหารแต่ละมื้อไม่ควรเกิน 1,000 บาท อาจเป็นเพราะว่าราคาอาหารพอเหมาะกับสมราคาของผู้บริโภคต้องการ ความคาดหวังต้องการรับประทานผลไม้ตามฤดูกาล เนื่องจากผลไม้ไทยรสชาติอร่อยมีหลากหลาย ซึ่งแปลกกว่าชาวต่างชาติเคยรับประทาน นอกจากนั้น คาดหวังว่าจะได้รับประทานอาหารพื้นเมือง อาจเป็นเพราะประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์แสดงการประกอบอาหารไทยให้ชาวต่างชาติได้ชิมและชมอย่างสม่ำเสมอ

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการของโรงแรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกับปัจจัยการตลาด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นเพราะโรงแรมมีการบริการที่ดีสร้างความประทับใจซึ่งประเทศไทยมีเอกลักษณ์การบริการที่โดดเด่นยากที่ใครจะเลียนแบบอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ผลการวิเคราะห์การเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ชอบรับประทานอาหารไทยผลไม้ไทย รับประทานมื้อกลางวัน ชื่นชอบอาหารทะเล รสชาติไม่เผ็ด ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ควรมีอาหารไทยหลากหลาย อาหารสดใหม่ จัดให้ผลไม้ตามฤดูกาลรสชาติไม่เผ็ดจัด

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดบริการโรงแรมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ผู้บริหารควรหันมาประชาสัมพันธ์ให้มาก มีการลดราคา ทำบัตรสมาชิกเพื่อขอส่วนลด และใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการจองโรงแรม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการเลือกบริโภคอาหารไทย จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการจัดอาหารให้เหมาะสม



2. ควรศึกษาความต้องการรับประทานอาหารในประเทศไทยโดยชาวต่างชาติ เพื่อจะได้ทราบชนิดอาหารที่ชาวต่างชาติชอบ

3. ควรศึกษาการบริหารจัดการครัวของโรงแรมเพื่อจะได้จัดนโยบายการจัดการครัวให้ทันสมัยยิ่งขึ้น

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย. (2553). *การจัดการการตลาดธุรกิจโรงแรม กรุงเทพมหานคร*.

ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2860 กรกฎาคม 2556.

พิมพ์กมล ทิพย์มนตรี และคณะ. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความเป็นผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระบุรี เขต 2*. การศึกษาอิสระการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัฒนร์พี ศรีตุลา. (2552). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Yamane, T. (1967). *Statistic an Introduce Analysis*. New York Harper.