

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*

ชดาภัทร ภัทรพานิชชนกิจ ** ลัสดา ยาวิละ *** รัตนา ลิทธิอ่วม ****

(วันที่รับบทความ: 23 มกราคม 2563; วันที่แก้ไขบทความ: 17 เมษายน 2563; วันที่ตอบรับบทความ: 27 เมษายน 2563)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที (t-test) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, การตัดสินใจเลือก, โฮสเทล, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

* วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 2563

** นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, E-mail: chadaphat2539@gmail.com

*** อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Service Marketing Factors Affects Foreign Tourists Decision on Choosing the Hostel in Muang District, Chiang Mai Province^{*}

Chadaphat Phattharapanitthanakit^{**} Lasda Yawila^{***} Rattana Sittioum^{****}

(Received: January 23, 2020; Revised: April 17, 2020; Accepted: April 27, 2020)

Abstract

The purposes of research were (1) to study compare foreign tourists decision on choosing the hostel in Muang District, Chiang Mai Province based on personal factors such as sex, age, country of origin, educational, occupation, status and revenue per month. (2) to study service marketing factors affects foreign tourists decision on choosing the hostel in Muang District, Chiang Mai Province. The questionnaire was used to collect the data from 400 foreign tourists in Muang District, Chiang Mai Province, who were selected with convenience sampling method. Descriptive statistics was used to analyze the data for frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA (F-Test) and multiple regression analysis.

Results of the research study found that

1. Foreign tourists in Muang District, Chiang Mai with personal factors such as age, country of origin, educational, and occupation is different. There are opinions regarding the decision on choosing the hostel in statistically significant difference at 0.05 and foreign tourists in Muang District, Chiang Mai with personal factors such as sex, status and revenue per month is different. There are opinions regarding the decision on choosing the hostel in statistically not significant difference at 0.05

2. Marketing physical environment factors and promotion factors also has an important affection the decision on choosing the hostel in Muang District, Chiang Mai Province with statistical significance of 0.05

Keywords: Service Marketing, Decision, Hostel, Foreign tourists

^{*} Research Article from thesis for the Master of Business Administration degree in Applied Management, Pibulsongkram Rajabhat University, 2020

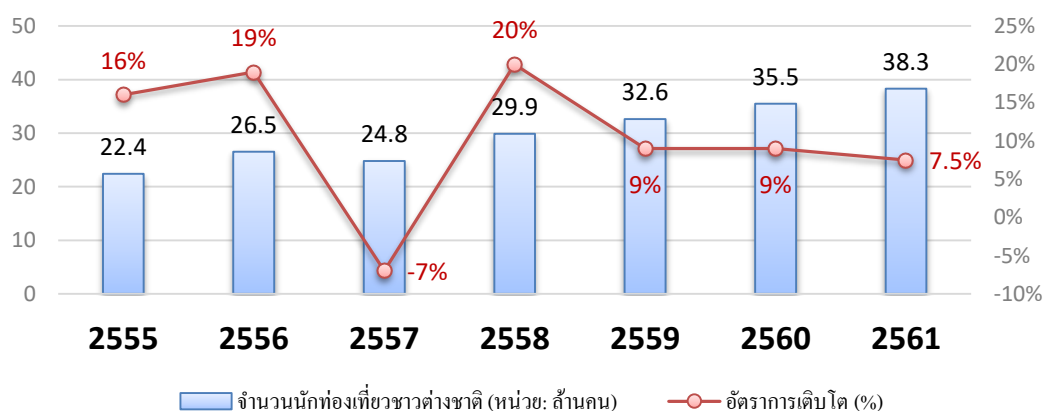
^{**} Student in Master of Business Administration, Applied Management, Pibulsongkram Rajabhat University, E-mail: chadaphat2539@gmail.com

^{***} Lecturer, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

^{****} Assistant Professor, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University

บทนำ

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั่วโลก อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนประเทศ ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญและเจริญเติบโตมากขึ้นต่อไปในอนาคต จากรายงานสรุปภาวะและแนวโน้มธุรกิจ ไตรมาส 4 แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างระบบเศรษฐกิจไทยประกอบด้วยธุรกิจภาคบริการร้อยละ 27 เป็นอันดับ 2 รองจากธุรกิจภาคการผลิต (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งธุรกิจภาคบริการมีแนวโน้มการเติบโตขึ้น เนื่องจากปัจจัยของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 38.3 ล้านคน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2555–2561

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจที่พักนับเป็นส่วนประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของธุรกิจบริการที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ความต้องการด้านที่พักก็มีการขยายตัวตามไปด้วย บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ทและห้องชุด ประจำเดือนสิงหาคม 2561 ระบุว่า “การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด มีจำนวนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจโรงแรมขยายตัวเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น และมีการจัดตั้งใหม่ของโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุดเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า: DBD, 2561) ซึ่งประเภทของที่พักในปัจจุบันแบ่งออก

ตามปัจจัยและวัตถุประสงค์ โดยอ้างอิงจากขนาดของห้องพัก กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ระดับของการให้บริการ (1-5 ดาว) หรือปัจจัยอื่น ๆ ได้มีการพัฒนารูปแบบที่พักขึ้นอีกหลากหลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ที่พักประเภทโฮสเทล (Hostel) ที่ได้รับความนิยม และมีรูปแบบธุรกิจที่เน้นการบริการตนเองเป็นหลัก จากผลสำรวจของ Visa Global Travel Intentions Study (2558) พบว่า เทรนด์ของการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีรูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียวเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนใหม่ ๆ

โฮสเทล (Hostel) หรือเรียกอีกอย่างว่า ธุรกิจที่พักราคาประหยัดเป็นที่นิยมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีจุดเด่นตรงที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว (Backpacker) ในการมองหาที่พักเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งรูปแบบที่พักโฮสเทลส่วนใหญ่จะเป็นห้องนอนรวม มีความเป็นส่วนตัวสูง ส่งเสริมให้คนในพื้นที่มีการปฏิสัมพันธ์กัน เป็นที่พักราคาประหยัดเมื่อเทียบกับโรงแรม หรือเกสเฮาส์ มีของใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ต้องใช้ร่วมกัน เช่น ห้องครัว ห้องน้ำ ห้องนั่งเล่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องครัว เป็นต้น (Brandbuffet, 2559) ในปัจจุบันประเทศไทยมีโฮสเทลมากกว่า 2,000 แห่ง คิดเป็น 12% ของที่พักทั้งหมด ซึ่งมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว หากพิจารณาถึงด้านรูปแบบของตัวธุรกิจ โฮสเทลจะเห็นว่าเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนต่ำ และไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลมีอิสระในการออกแบบ จะอาศัยความโดดเด่น และเอกลักษณ์ประจำตัวเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้จากปัจจัยในแง่ของมูลค่าอุตสาหกรรม และเทรนด์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการเก่า และใหม่ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก จากสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นของผู้ประกอบการ และจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจโฮสเทลมีโอกาสดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกคือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ และนครราชสีมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย และเป็นเมืองท่องเที่ยว 5 อันดับแรก มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นตามแบบฉบับล้านนาจึงทำให้เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจ มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2561 เติบโตจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 4.37 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 7.5 ล้านคน (อัตราส่วนประมาณ 70:30) เติบโตขึ้นร้อยละ 4.4 จึงส่งผลให้มีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวต่าง ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจที่พัก เพราะมีรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายด้านที่พักมากที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากสถิติในปี พ.ศ. 2560 พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา

พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,832,452 คน ส่งผลให้ธุรกิจที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ขยายตัวเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น เช่นเดียวกับสถานการณ์โรงแรม หรือธุรกิจที่พักในประเทศไทย ซึ่งจำนวนโรงแรม หรือที่พักที่ได้รับการได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราเติบโตขึ้นร้อยละ 30.86 จาก 729 สถานประกอบการเป็น 952 สถานประกอบการ (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2560) แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลต่อธุรกิจที่พักในจังหวัดเชียงใหม่โดยตรง

จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าธุรกิจที่พักมีอัตราการเติบโตตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สาเหตุที่ผู้วิจัยมุ่งความสนใจไปที่กลุ่มที่พักประเภทโฮสเทล เนื่องจากเกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก รวมถึงการนำไปปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่บกพร่อง เพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

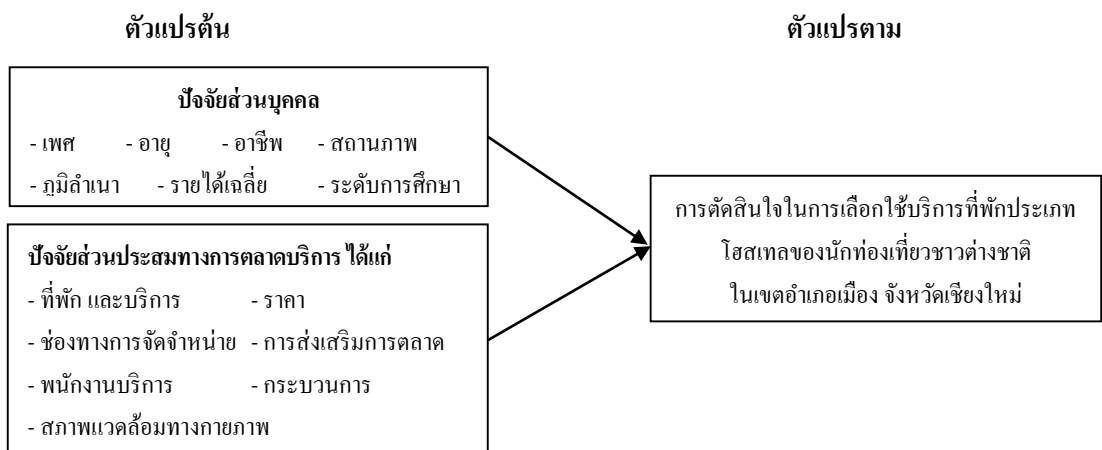
สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ อ้างอิงจากแนวคิดของ Kotler. (2012) กล่าวว่า ส่วนการตลาดบริการจัดเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะเป็นเครื่องมือที่ถูกใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยนักการตลาดจะใช้ส่วนการตลาดเป็นเครื่องมือในการดำเนินการ และการพัฒนาวิธีการทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สำหรับส่วนการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ข้างต้น เป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำธุรกิจบริการ เนื่องจากการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดของธุรกิจบริการนั้นจะต้องมีการจัดส่วนการตลาดแต่ละตัวเข้าด้วยกัน เพื่อให้สามารถสร้างกลยุทธ์อื่น ๆ ผู้กับคู่แข่งทางธุรกิจได้ ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจากแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนการตลาดบริการ ผู้วิจัยต้องการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจะประกอบด้วย ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในการศึกษาที่ผู้วิจัยจะนำแนวทางในการวิเคราะห์ส่วนการตลาดบริการ ศึกษาถึงระดับความคิดเห็น และปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงาน และขยายตลาดได้มากขึ้น ซึ่งสามารถสร้างผลประโยชน์และความยั่งยืนให้กับธุรกิจที่พักโฮสเทล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในรูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมการตลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2561 จำนวน 3,252,594 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2561 จำนวน 400 คน ได้จากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) กำหนดความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยการแจกแบบสอบถามตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สามารถพบประชากรได้มาก เช่น ย่านที่พักประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้านคือ ด้านที่พักและบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลงานวิจัย จะรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย ผู้ทำการศึกษาได้จัดหัวข้อแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยจำแนกเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาจากแบบสอบถามของ สุนทรี ศรีจันทร์ (2561) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ คะแนน 5 4 3 2 1 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโฮสเทล ประกอบด้วย (1) ราคาถูก (2) ตรงความต้องการของตนเอง (3) ความสะอาดและปลอดภัย (4) เอกสิทธิ์การตกแต่งเฉพาะตัวของห้องพัก (5) การเดินทางที่สะดวก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ คะแนน 5 4 3 2 1 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย ประกอบด้วย

1. ทบทวนวรรณกรรมและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลจากเครือข่าย เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม
2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แต่ละข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 พบว่า ข้อคำถามได้ค่าความสอดคล้องเฉลี่ยเท่ากับ 0.908
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงของการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.991
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 400 คน นำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงปริมาณ ค่าสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติการทดสอบค่าที (t-test) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: F-test) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Least-significant Different) เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างรายคู่ และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านที่พักและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 27.3 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 76.8 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.3 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.5 และมีรายได้ต่อเฉลี่ยเดือน 1,001-2,000 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 50.8

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test	F-test	p - value
1. เพศ	1.704		0.089
2. อายุ		3.407	< 0.034*
3. ภูมิลำเนา		9.314	< 0.000*
4. ระดับการศึกษา		6.265	< 0.002*
5. อาชีพ		9.795	< 0.000*
6. สถานภาพ		0.928	0.396
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		1.028	0.380

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่

ด้านอายุ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 21-30 ปี

ด้านภูมิลำเนา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในทวีปเอเชีย มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป และทวีปออสเตรเลีย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในทวีปอเมริกากับทวีปแอฟริกา มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในทวีปยุโรป

ด้านระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นนักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอื่น ๆ เช่น ว่างาน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพพนักงานเอกชน และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานเอกชน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮสเทล แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น ว่างาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักประเภทโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized		Standardize	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	β	Std.Error	Beta		
ค่าคงที่ (constant)	.721	.164		4.397	.000*
ที่พัก และบริการ (X_1)	.079	.060	.080	1.304	.193
ราคา (X_2)	.113	.069	.109	1.637	.102
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.026	.062	.027	.426	.671
การส่งเสริมการตลาด (X_4)	.251	.072	.238	3.475	.001*
พนักงานให้บริการ (X_5)	-.020	.079	-.018	-.252	.801
กระบวนการ (X_6)	.003	.066	.003	.044	.965
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (X_7)	.380	.061	.377	6.206	.000*
(R) = .722 R^2 = .521 Adjusted R^2 = .512 ความคลาดเคลื่อนในการทำนาย = .434					

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยทางส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Beta = .380) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = .251) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$Y_1 = .380 X_7 (\text{สภาพแวดล้อมทางกายภาพ}) + .251 X_4 (\text{การส่งเสริมการตลาด})$$

โดย Y_1 = การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากสมการ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($Beta = .380$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($Beta = .251$) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้น 0.380 หน่วย และ 0.251 หน่วย ตามลำดับ เมื่อกำหนดให้ส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 6 ด้าน มีค่าคงที่

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

การตรวจสอบตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้ค่าสถิติ ค่า Tolerance และ ค่า Variance inflation factor (VIF) โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Tolerance ค่า tolerance ของตัวแปร X_i คือ $1 - R^2$ มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าหากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity (Menard, 1995. อ้างถึงใน Field, 2009)

Variance inflation factor (VIF) ค่า VIF ของตัวแปร X_i คือ $1 / (1 - R^2)$ มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง ∞ แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ถ้าค่า VIF ของตัวแปร X_i มีค่ามาก (≥ 10) แสดงว่าเกิด Multicollinearity (Myers, 1990; Bowerman and O'Connell, 1990. อ้างถึงใน Field, 2009)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การคำนวณหาค่า Tolerance และค่า VIF

Collinearity Statistics	Variables						
	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
Tolerance	0.7	0.5	0.7	0.5	0.5	0.6	0.7
VIF	1.4	2	1.4	2	2	1.7	1.4

*ค่า tolerance < 0.2 **ค่า VIF > 10

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Tolerance ของ X_i ทุกตัวมีค่า > 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน และค่า VIF ของตัวแปร X_i ทุกตัวมีค่า < 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (ไม่เกิด Multicollinearity)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวะรัช คงทน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านภูมิฐานะ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($Beta = .380$) ในการวิจัยครั้งนี้กล่าวถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่องสภาพแวดล้อมภายในโฮสเทลมีความเป็นระเบียบ บรรยากาศภายในของสถานที่พัก การมีเครื่องมืออุปกรณ์ และความพร้อมในการให้บริการ Wi-Fi รวมถึงความแข็งแรงของระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักรที่สามารถเชื่อถือได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวะรัช คงทน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม

ทางกายภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยให้ความสำคัญในเรื่องสภาพแวดล้อมภายในโฮสเทล ความเป็นระเบียบมาก และให้ความสำคัญต่อเรื่องบรรยากาศภายในของสถานที่ ความสะอาดภายในห้องน้ำ และความเพียงพอของระบบความปลอดภัย เช่น ตู้เก็บของของนักท่องเที่ยว อุปกรณ์ดับเพลิง เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2012) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ประกอบธุรกิจ การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศภายในของสถานที่ให้บริการ เครื่องมืออุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพ และเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สวยงาม ทันสมัย การบริการมีคุณภาพ และมีความพร้อมทางระบบอินเทอร์เน็ต เพราะจะส่งผลให้มีการตัดสินใจในการใช้บริการได้รวดเร็วขึ้น และยังตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดการพึงพอใจสูงสุด เกิดความภักดี จดจำได้ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการซื้อซ้ำ

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = .251) ในการวิจัยครั้งนี้กล่าวถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่อง การได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การมีการลดราคา หรือมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่เข้าพักประจำ รวมถึงการมีบริการรถรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวะรัช คงทน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ผ่านการลดราคาห้องพัก เพราะการลดราคาห้องพัก หรือการบริการที่ดีต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler. (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารต่าง ๆ จะใช้คนหรือไม่ใช้ก็ได้ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และวิธีการลด แลก แจก แถม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ ดังนั้น การนำเสนอสินค้าและบริการ อาทิเช่น แกลลอรีรูปภาพ ป้ายโฆษณา และข้อความประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าเข้าไปสู่การขายห้องพักทั้ง Online และ Off-line ต้องมีเนื้อหาครอบคลุมเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และสามารถเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ได้ รวมถึงการมีส่วนพิเศษให้กับลูกค้าที่มาพักประจำ ซึ่งจะดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการ และทำให้เกิดความสนใจมากขึ้นจึงสามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

1. ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล

1.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องบรรยากาศภายในห้องพัก ดังนั้น การดึงดูดเด่นของสถานที่มาเป็นจุดขาย หรือการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อสร้างความโดดเด่น และแตกต่างให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ และเกิดการจดจำได้

1.2 ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจในเรื่องการมีส่วนลดพิเศษ ดังนั้น ควรเพิ่มการลดราคาในกรณีพิเศษต่างๆ หรือลดราคาให้กับลูกค้าประจำ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการ และทำให้เกิดความสนใจมากขึ้น จึงสามารถช่วยเพิ่มยอดขายได้

2. ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องขนาด /สภาพของห้อง ดังนั้น ต้องอาศัยความโดดเด่น และเอกลักษณ์ประจำตัวเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เน้นการออกแบบที่พัก เพื่อตอบโจทย์ผู้เข้าพักมากที่สุด และการมีสโตร์ที่ชัดเจนมักจะได้รับความสนใจยิ่งขึ้น

2.2 ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องราคาห้องพัก มีความคุ้มค่ากับราคา ดังนั้น ควรรักษาราคาให้ได้มาตรฐานภายใต้ราคาที่เหมาะสม และมีความเหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ

2.3 ด้านการช่องทางจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องการเข้าถึงช่องทาง โดยเฉพาะทางด้านเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่สามารถทำการจอง และแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างผู้เข้าพักได้ โดยช่องทางนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2.4 ด้านพนักงานให้บริการ การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้าเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญ ซึ่งต้องสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนแนวคิด วัฒนธรรมพื้นฐานสังคมได้อย่างดี รวมถึงการบริการที่เป็นกันเอง ความเอาใจใส่ และเข้าใจความต้องการของลูกค้า

2.5 ด้านกระบวนการให้บริการ การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องวิธีการสำรองที่พัก และชำระเงินที่หลากหลาย ดังนั้น ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อ เช่น Line, Facebook, Email, website เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการทำตลาดออนไลน์ควบคู่ไปด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดที่ใกล้เคียงหรือภูมิภาคอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน เพื่อทราบพฤติกรรม และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่เกิดประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และขยายตลาดได้มากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมหลังการให้บริการที่พักระเภทโฮสเทล ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการที่พักระเภทโฮสเทล เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดการพึงพอใจสูงสุด ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้ให้บริการเกิดการซื้อซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. ธุรกิจ โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด บทวิเคราะห์ธุรกิจประจำปีเดือนสิงหาคม 2561.

สืบค้นเมื่อ วันที่ 20 มกราคม 2563, จาก https://www.dbd.go.th/download/document/Statistic/2561/T26/T26_201808.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย.

สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.mots.go.th>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ

16 กรกฎาคม 2562, จาก: <https://chiangmai.mots.go.th>.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานแนวโน้มธุรกิจไตรมาส 4/2561. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2562,

จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/laodo79a.pdf>

ศิวัชร คงทน. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักระเภทโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

สุนทรีย์ สิริจันทร์. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักระเภทโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2560). รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาพักระเภทในจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2562, จาก <http://chiangmai.nso.go.th>.

Brandbuffet. (2559). ไขสูตรลับปั้นธุรกิจโฮสเทลอย่างไรให้ปัง. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563,

จาก: <https://www.brandbuffet.in.th/2016/01/hostel-business-success-cmmu-marketing/>.

Field, A.P. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. (3rd ed.). London: Sage Publications, Ltd

Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall

Visa Global Travel Intentions Study. (มกราคม 2559). *Hostel เทรนด์ (ไม่) ใหม่* ของ “Backpacker”

ผู้นิยมเที่ยวคนเดียว. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2562, จาก <http://marketeer.co.th/archives/>.

Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis*. NY: Harper and Row Publication.
