

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHOOSE ACCOMMODATION

FOR TOURISM IN YASOTHON

ณัฐริยา หงษ์ไทย

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร เมื่อผู้ใช้บริการมีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัยทำงาน (อายุ 18-59 ปี) ที่เคยใช้บริการสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านบริการ (7Ps), การตัดสินใจ, ที่พัก, ยโสธร

ABSTRACT

The study of factors affecting the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon aims to study the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon when tourists have different demographic factors and study the service marketing mix (7Ps) factors affecting the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon. This study used online questionnaires (Google Form) to collect data from 400 working age-tourists (18-59 years old) who came to accommodation for tourism in Yasothon. The statistics for analyzing data, namely Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, T-test, One-way ANOVA, and Enter Multiple Regression Analysis.

The result of this study found that the gender difference doesn't affect the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon. The difference in age, education, occupation, and average monthly income affects the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon. The service marketing mix (7Ps) factors which affect the decision to choose accommodation for tourism in Yasothon, namely place, promotion and physical Evidence and Presentation.

Keywords: The service marketing mix (7Ps), Decision, Accommodation, Yasothon

บทนำ

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติประกาศข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดฉบับปี พ.ศ.2562 พบว่า จังหวัดยโสธรมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ในปี 2556 มีมูลค่า 69 ล้านบาท จนมาถึงในปี 2562 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 96 ล้านบาท ข้อมูลจากการปกครองจังหวัดยโสธร พบว่า จำนวนสถานประกอบการที่มาขอจดทะเบียนประเภทโรงแรม/ที่พักมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เพราะจังหวัดยโสธรมีจำนวนโรงแรมที่พักที่เพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปี 2562 แต่จากรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดยโสธร ปี 2564 กล่าวว่า เศรษฐกิจของจังหวัดมีแนวโน้มจะชะลอตัวและต่ำกว่าระดับศักยภาพ รวมถึงภาคการท่องเที่ยวและการบริการ

จากเหตุผลความเป็นมาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมและที่พักในจังหวัด

ยโสธร สามารถนำเอาผลการวิจัยไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ อันนำไปสู่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร เมื่อนักท่องเที่ยวมีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ส่งผลกับการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านบริการ(7Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

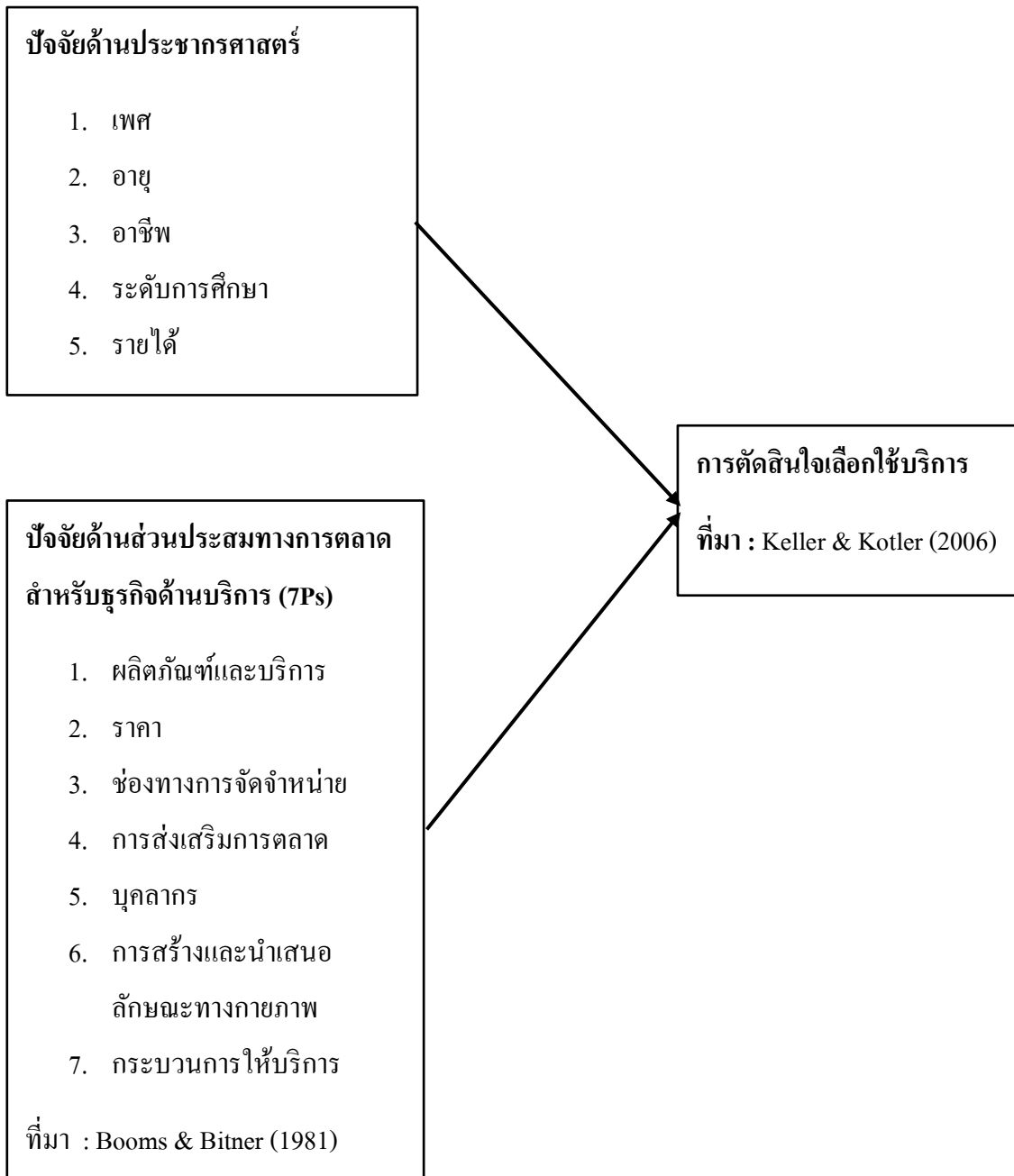
ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านบริการ (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพกระบวนการให้บริการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยววัยทำงาน (อายุ 18-59 ปี) ที่เคยใช้บริการสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้จะมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน หาได้จากสูตรการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของคอเรน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลทางออนไลน์โดยใช้ Google Form

ระยะเวลาในการศึกษา ช่วงเดือนกันยายน 2564 ถึงเดือนธันวาคม 2564

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งมีลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทำงาน (อายุ 18-59 ปี) ที่เคยใช้บริการสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร จำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อบริการด้านส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจด้านบริการ (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกที่สถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) และการทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลสรุปข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวทำงานที่เคยใช้บริการสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีอายุอยู่ในช่วง 39-45 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี / ปวส. จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80

ผลสรุปข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาได้แก่ กระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.36 ราคาและบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ผลผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ด้านอายุ โดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวอายุ 46-59 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ

ด้านระดับการศึกษา โดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรมากกว่าระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป

ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 35,001 บาทขึ้นไปมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วงอื่น และโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยกว่ารายได้ 15,001 บาทขึ้นไป

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านเพศ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเพศ การออกแบบสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรส่วนใหญ่ ออกแบบมาสำหรับผู้บริโภคหลายๆกลุ่ม เหมาะกับทั้งเพศชายและหญิง ดังนั้นความแตกต่างด้านเพศจึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว

ด้านอายุ ความแตกต่างของ Generation ของนักท่องเที่ยวที่เติบโตมาในยุคที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคิด ทักษะและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมมีจุดประสงค์ในการเลือกสถานที่พักที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาไม่สูง มักไม่มีความต้องการใด ๆ เป็นพิเศษในที่พักมากนัก สามารถเลือกใช้บริการที่พักธรรมดาได้ ซึ่งที่พักประเภทนี้มีจำนวนมากในจังหวัดยโสธรเมื่อเทียบกับจำนวนที่พักที่มีมาตรฐานระดับสูง

ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มีลักษณะการใช้ชีวิตและการได้รับเงินเดือนแตกต่างจากพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ ทำให้มีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 35,001 บาทขึ้นไปมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรน้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วงอื่น ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีตัวเลือกในด้านระดับราคาของที่พักให้เลือกมากกว่าคนที่มียาได้น้อยถึงปานกลาง และมักเลือกพักในที่พักที่มีมาตรฐานระดับสูง ซึ่งอาจมีไม่มากนักในจังหวัดยโสธร และโดยภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธรน้อยกว่ารายได้ 15,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก ทำให้มีตัวเลือกน้อย หรือแทบไม่ใช้เงินไปกับการพักผ่อนนอกบ้าน

ผลการวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ ศรีชะฎา (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน เขตพื้นที่เมืองพัทยา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากการทำเลที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายในการเดินทางไปไหนมาไหน และไม่เสียเวลาในการเดินทางมาก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับความหลากหลายของช่องทางการติดต่อ ในกรณีที่ไม่สามารถติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้ ก็สามารถติดต่อกับทางที่พักด้วยช่องทางอื่นได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา รักมันเจริญ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการที่พักประเภท โรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภท โรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางแรกที่ทำให้ นักท่องเที่ยวรู้จักและสนใจที่จะเข้าพักที่ที่พัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อที่หลากหลาย จะทำให้ที่พัก เป็นที่รู้จักจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำก็เป็นที่ดึงดูดสำหรับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพื้นที่นั้นบ่อย ๆ เช่นกัน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการที่จะพักผ่อนทั้งด้าน ร่างกายและจิตใจ การได้พักในที่พักที่มีความสวยงาม บรรยากาศดี ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจรรโลงใจ ระหว่างพักผ่อน และความเป็นเอกลักษณ์ของที่พัก จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ได้รับ ประสบการณ์ดีๆจากที่พัก ไปบอกต่อกับคนรู้จัก

ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชดาภัทร ภัทรพานิชกรกิจ, ลัสดา ยาวิละ และรัตนนา สิทธิอ่วม (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภท โฮสเทลของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะในการนำผลไปใช้

1. ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรสร้างช่องทางการติดต่อให้มีความหลากหลาย นอกจากการติดต่อทางโทรศัพท์ และสำหรับผู้ที่ต้องการจะสร้างสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ควรเลือกทำเลที่พักให้อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เดินทางเข้าถึงสะดวก
2. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับที่พักของตนด้วยช่องทางที่หลากหลายและสม่ำเสมอ ควรแสดงให้เห็นถึงทัศนียภาพภายในที่พักเพื่อสร้างความประทับใจแรกพบต่อผู้ที่ผ่านมาเห็น
3. ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่พักให้มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าจดจำต่อนักท่องเที่ยวตั้งแต่แรกเห็น จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะแก่การพักผ่อน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการกระจายการเก็บข้อมูลให้ได้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความหลากหลายเท่า ๆ กัน ในทุกๆด้าน เพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจด้านบริการ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ได้เพียงร้อยละ 3 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานการพยากรณ์ 0.84 ดังนั้นจึงควรศึกษาปัจจัยในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาในวิจัยนี้ เช่น ปัจจัยภายนอก พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

Booms, B.H. and Bitner, M.J. (1981), "Marketing strategies and organization structures for service firms", in Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds), Marketing of Services, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 47-51.

Keller, K.L., & Kotler, P. (2006). Marketing management (14th ed.). New York: Prentice Hall

เดือนใจ ศรีชะฎา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 12(1)

ชดาภัทร ภัทรพานิชชนกิจ, ลัดดา ขาววิละ และรัตนา สิทธิอ่วม. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ. 10 (2)

จันทิมา รักมันเจริญ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม และรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจ อำเภอแม่สาย จังหวัด เชียงราย. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

สำนักงานคลังจังหวัดยโสธร. (2564). รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดยโสธร ปี 2564. ฉบับที่ 1/2564

สำนักงานจังหวัดยโสธร. (2554). ข้อมูลเศรษฐกิจของจังหวัดยโสธร. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564.

จาก <http://www.yasothon.go.th/web/file/menu1-4.html>