

|                        |                                                                    |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| ชื่อเรื่อง             | การเลือกใช้บริการเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยว<br>ในจังหวัดเชียงใหม่ |
| ชื่อผู้เขียน           | นางสาวธัญวลัย จารุจินดา                                            |
| ชื่อปริญญา             | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ                         |
| ประธานกรรมการที่ปรึกษา | อาจารย์ ดร.กฤษณิศดา เตชเดกิง                                       |

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยว โดยจะทำการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และศึกษาปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเกสต์เฮ้าส์ ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการเกสต์เฮ้าส์ จำนวน 384 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปอภิปรายผล และนำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า T (T-Test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : Anova )

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงเท่ากันเพศชาย มีอายุระหว่าง 29-39 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-21,000 บาท มีภูมิลำเนาในทวีปเอเชีย โดยรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และตนเองเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับการเลือกใช้บริการเกสต์เฮ้าส์ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ผลการศึกษาแต่ละปัจจัยในรายละเอียดมีดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากสามอันดับแรก คือ มีความปลอดภัยในบริเวณที่พัก สิ่งก่อสร้างอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน และมีบรรยากาศที่ดีในห้องพักและบริเวณเกสต์เฮ้าส์

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากสามอันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับห้องพัก รับชำระค่าบริการได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต และการกำหนดราคาค่าบริการต่างๆชัดเจน

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากสามอันดับแรก คือ ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความเป็นมิตร ความสุภาพของพนักงาน และมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากสามอันดับแรก คือ ความสะอาดของห้องพัก มีบริการอินเทอร์เน็ต และ ความพร้อมของระบบไฟฟ้า

จากการวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่พัก ผู้ประกอบธุรกิจที่พักควรต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ โดยพยายามสร้างความแตกต่างในการให้บริการผ่านปัจจัยด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง อันจะทำให้ธุรกิจยังคงสามารถดำเนินกิจการให้อยู่รอดต่อไปได้โดย ด้านลักษณะทางกายภาพควรจัดบริเวณสถานที่โดยรอบให้สะอาดและมีระบบการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าพัก ด้านราคาควรกำหนดระดับราคาที่เหมาะสมกับขนาดของห้องพัก ด้านพนักงานบริการ ควรจัดฝึกอบรมบุคลากรให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี ด้วยหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส และมีความเป็นมิตร ด้านผลิตภัณฑ์ควรจัดให้มีการตรวจสอบ ดูแล ความสะอาดของห้องพัก อินเทอร์เน็ต และ ความพร้อมของระบบไฟฟ้า

|                                       |                                                              |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Title</b>                          | Selection of Guest House Services of Tourists in Chiang Mai  |
| <b>Author</b>                         | Miss Tanwalai Charuchinda                                    |
| <b>Degree of</b>                      | Master of Business Administration in Business Administration |
| <b>Advisory Committee Chairperson</b> | Dr. Pusanisa Thechatakerng                                   |

### ABSTRACT

The objectives of this independent study was to explore the marketing mix factors affecting consumers' choice of using guest house services in Muang district, Chiang Mai. The sample group in this study consisted of 384 tourists. A set of questionnaires was used for data collection. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics for finding frequency, percentage, mean, t-test and analysis of variance (Analysis of Variance: Anova).

Findings showed that a number of female respondents was equal to that of male . The respondents were 29-39 years old. They were single, bachelor's degree graduates, and company employees. Their domiciles were in Asia and they a monthly income for 15,000-21,000 baht. They perceived guest house information through internet and decided to use services of guest house. The factors on market mix effecting the selection of guest house services at high level were physical appearance, price, personnel, and product, respectively. For physical factor, the following had a high level of an effect on the selection of guest house services were: safety , good structure , and good atmosphere ,respectively .For price factor , The following had a high level of an effect on the selection of guest house services : reasonable price , cash and credit could be used for service charge , and clear various service charges , respectively. For personnel factor, the following had a high level of an effect on the selection of guest house services: hospitality, politeness, and competency in foreign language, respectively .For product factor, the following had a high level of an effect on the selection of guest house services: cleanliness, internet service, and electrical system, respectively.

Based on results of the study, the guest house entrepreneurs should always develop marketing strategies such as the difference of services. This could cope with needs of tourists. Regarding the physical appearance, it must always be clean and have a strict security system. For price, it should be appropriate with the room size. For personnel, training on hospitality should be held for them. For product, internet and the electrical system should always be checked. Also cleanliness of the rooms is important.

