



การประชุมวิชาการระดับชาตินานาชาติ "เบญจมิตรวิชาการ" ครั้งที่ 10

The 10th BENJAMITRA Network National and International Conference

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Yang Ludan, กรวีร์ ชัยอมรไพศาล

คณะวิทยาการจัดการ, ภาควิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 420631411@qq.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.935 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยคำนวณจากค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ครอนบาค เท่ากับ 0.875 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Dependent Sample T-Test

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังการตลาดบริการในภาพรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (ระดับมากที่สุด) และการรับรู้การตลาดบริการในภาพรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (ระดับมากที่สุด) นั่นคือนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนไม่พึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดในทุกๆด้าน โดยไม่มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งสถานที่ที่มีทัศนียภาพที่สวยงามและร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ความเป็นมิตรของผู้คน มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ อีกทั้งมีร้านอาหารจำนวนมากที่มีชื่อเสียง จึงเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2553 ในการสำรวจ World Best Award-Top 10 Cities จากผู้อ่าน Travel and Leisure นิตยสารท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกาพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 2 ของโลก และในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดเชียงใหม่ยังได้รับการโหวตเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 2 ของโลก ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน จากสถิติปี พ.ศ. ปี พ.ศ. 2556 มีจำนวน 280,125 คน ปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 421,063 คน ปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 567,759 คน และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 811,735 คน จะเห็นได้ว่าจากสถิตินักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน โดยถือว่าการโรงแรมเป็นธุรกิจหลักที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันโรงแรมและสถานที่พักในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ มีโรงแรมหลากหลายประเภทให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จะนิยมเข้าพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว เนื่องจากโรงแรมระดับ 5 ดาว เป็นโรงแรมขนาดใหญ่มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นลักษณะความหรูหราของโรงแรม สถานที่ตั้ง ขนาดของห้องพัก ประเภทของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและมีการบริการที่ดี ตรงกับความต้องการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด อีกทั้งจะมีประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมให้มีการพัฒนาที่ดีขึ้นไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนขนาดตัวอย่างจากสูตรครมไม่ทราบขนาดประชากรของ W.G. Cochran ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามต้นฉบับที่สร้างขึ้นสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นภาษาไทย และผู้วิจัยได้มีการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนโดยผ่านผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านภาษาจีนและมีความรู้ด้านธุรกิจ แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.935 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.875

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้อง

- 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ Dependent Sample T-Test

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 มีอายุ 20-40 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง ในภาพรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง ในภาพรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ต่ำกว่าระดับความคาดหวังเท่ากับ -0.23 คะแนน เมื่อทำการทดสอบทางสถิติพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P<0.001) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย		ผลต่างค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ	P-Value
	การรับรู้	ความคาดหวัง			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.29	4.51	-0.22	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
2. ด้านราคา	4.24	4.47	-0.23	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.22	4.46	-0.25	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.19	4.43	-0.24	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.27	4.49	-0.22	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.25	4.48	-0.23	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
7. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.30	4.50	-0.20	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*
ภาพรวม	4.25	4.48	-0.23	ไม่พึงพอใจ	< 0.001*

บทสรุป

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นเพราะโรงแรมระดับ 5 ดาว เป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียง และลักษณะทางกายภาพที่มองเห็น การให้บริการ รวมถึงคำบอกเล่าจากผู้อื่น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวังก่อนการมาใช้บริการ

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้รับจากการตอบสนองที่ดีจากส่วนผสมการตลาดบริการในทุกๆ ด้าน โดยมีการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกๆด้าน ถึงแม้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการรับรู้ต่อส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ก็ยังน้อยกว่าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนคาดหวังไว้ โดยไม่มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังก่อนการมาใช้บริการในระดับสูงมาก อาจเกิดจากการสื่อสารทางการตลาด คำบอกเล่าจากผู้อื่น ประสบการณ์ที่เคยเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาวจากที่อื่น เมื่อมาใช้บริการในโรงแรมระดับ 5 ดาว จึงมีส่วนประสมการตลาดบางประเด็นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและยึดถือความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในการดำเนินงาน ปรับปรุง ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องเป็นอันดับแรก และจะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เนื่องจากส่วนประสมการตลาดบริการถูกประเมินด้วยความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น