การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร

The Study of Factors Affecting the Occupancy of Guesthouses Located Within the Area of Khao San Road

ตฤณ พริ้งประเสริฐ (Trin Pringprasert)* พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Pitak Siriwong)**
ประสพชัย พสุนนท์ (Prasopchai Phasunon)***

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณและใช้การเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบย้อนกลับ พบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (8P's) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นตัวแปรตามอย่างเข้มข้น 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และด้านบุคลากร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่อไป

ABSTRACT

The main purpose of this quantitative research was to investigate the factors affecting the occupancy of guesthouses located within the area of Khao San Road. The samples were 400 foreign tourists who had direct residential experience with the guesthouses on Khao San Road. Collection of the desired data was carried out through the use of questionnaires. The data was statistically analyzed using backward stepwise multiple regression. The findings indicated that four factors (independent variables) comprising Product, Place, Productivity and Quality, and People out of extended marketing-mix factors Product, Price, Place, Promotion, Process, Productivity and Quality, People and Physical Evidence, also referred to as 8Ps, had the significant effects on tourists' decision to stay at the guesthouses located in the area of Khao San Road.

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความพึงพอใจ เกสต์เฮาส์

Key Words : Foreign tourists, Satisfaction, Guesthouse

* *มหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*

** *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*

*** *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นโดยตลอด การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการกระจายงานและรายได้สู่ท้องถิ่น (บุญเลิศ, 2548) นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนา

การท่องเที่ยวเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูงมาก และถือเป็นธุรกิจที่สร้างเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับต้น ๆ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2553) พบว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 มีชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 14,149,841 คน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 2.98 ในขณะที่ปีที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 14,584,220 คน การที่ประเทศไทยจะสามารถรักษาระดับนักท่องเที่ยวให้อยู่ในปริมาณที่สูงอย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่เหมาะสมชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปถึงความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศเกิดความสนใจในการท่องเที่ยว และมีการคิดหวังในระดับการบริการที่แตกต่างกันไปรวมไปถึงธุรกิจที่พักอาศัยราคาประหยัดด้วยเช่นกัน

ถนนข้าวสาร ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเป็นจุดนัดพบของนักเดินทางทั่วโลกที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานครและต้องแวะเวียนมาให้ได้ เพราะตลอดระยะทางประมาณ 350–400 เมตร บนถนนข้าวสารที่เรียงรายไปด้วยเกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านเสื้อผ้า และบริการการท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย และชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านที่พักแบบราคาประหยัด มีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน ทั้งด้านสถานบันเทิง ร้านอาหารร้านขายของที่ระลึก บริษัททัวร์ การเดินทางสะดวกสบาย สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาข้อมูลทางการวิจัย เรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ: กรณีศึกษาสถานที่พักแรมถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร (กนกพร, 2545) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะพิจารณาจากราคาที่ให้เช่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของสถานที่พักแรม และการต้อนรับของผู้ประกอบการตามลำดับ

ที่พักแบบเกสต์เฮาส์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากเหตุผลทางด้านราคา สภาพแวดล้อม ความสะดวกสบายในการพักอาศัยและการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งรูปแบบของเกสต์เฮาส์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น เกสต์เฮาส์จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอีกประเภทหนึ่งสำหรับผู้ที่มีทุนทางด้านที่ดิน ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเห็นควรที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการหาสาเหตุและทำให้ทราบว่า มีปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาด (8P's) ที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Process) ปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Productivity and Quality) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ว่าปัจจัยด้านใดบ้างที่มีอิทธิพลและเป็นตัวช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ตลอดจนการกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวและเลือกที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารต่อไปในอนาคต

อุปกรณ์และวิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ, 2543) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% (ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5) และเลือกจากประชากรไม่ทราบจำนวน เพราะประชากรมีขนาดใหญ่ ($N \rightarrow \infty$) จึงสามารถขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ

3. ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้คือ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V11.5 (Statistical Package for the Social Sciences) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 คำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแต่ละตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งคิดเป็นรายข้อแล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาตัดสินตามเกณฑ์การประเมินค่าตามแนวทางของ วัน (2532) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดอยู่ในระดับน้อย

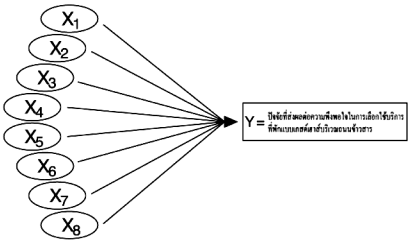
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจัดจัดอยู่ในระดับมากที่สุด

3.2 การวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารใช้วิธีวิเคราะห์ค่าทางสถิติแบบถดถอยพหุคูณและใช้การเลือกตัวแปรเข้าสมการแบบย้อนกลับ (Backward Multiple Regression Analysis)

4. การวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรูปแบบของการทดสอบดังนี้



โดยที่ **ตัวประอิสระ (X)** ได้แก่ ส่วนประสมทางการ ตลาด (8P's) ประกอบ ด้วย

X_1 แทน ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

X_2 แทน ปัจจัยทางด้านราคา

X_3 แทน ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

X_4 แทน ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขาย

X_5 แทน ปัจจัยทางด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

X_6 แทน ปัจจัยทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

X_7 แทน ปัจจัยทางด้านบุคลากร

X_8 แทน ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม (Y) คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชาวยุโรป และเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21–30 ปี ส่วนมากเป็นนักเรียนและนักศึกษา มีสถานภาพโสด รายได้เฉลี่ย 301–600 USD หรือ201–410 EUR ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับถนนข้าวสารส่วนมากรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ จากทางอินเตอร์เน็ต ส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว วัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน

ซึ่งมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของ ฉลองศรี (2544) ได้กล่าวไว้ว่า โดยส่วนมากแล้วนักท่องเที่ยวชายจะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง นักท่องเที่ยวหญิงมักจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองคิดว่ามีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวชายก็ย่อมจะแสดงให้เห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการที่พักอาศัยแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร มองว่าบริเวณถนนข้าวสารมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินจึงเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียวและเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร

2. ผลการวิเคราะห์การนำเสนอข้อมูลข่าวของประเทศไทย ทางด้านการเมือง ทางด้านสังคม และทางด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร จากการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ให้ระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือปัจจัยทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และปัจจัยทางด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร สามารถสรุปแยกตามปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) ความสะอาดของห้องพัก 2) สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และ 3) มีการควบคุมการเข้าออก ตามลำดับ

ด้านราคา จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) ห้องพักมีราคาเหมาะสม 2) ห้องพักมีราคาถูกเมื่อเทียบกับที่อื่น และ 3) ขนาดของห้องพักเหมาะสมและคุ้มค่ากับราคา ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) เกสต์เฮาส์สมารถมองเห็นเด่นชัดและหาง่าย 2) บริเวณเกสต์เฮาส์สามารถเข้าถึงการบริการของธนาคาร ตู้ ATM ได้ง่าย และ 3) การเดินทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) มีส่วนลดพิเศษของราคาห้องพักในกรณีเข้าพัก 2) มีส่วนลดพิเศษของราคาห้องพัก หากมีการจองล่วงหน้า และ 3) มีส่วนลดพิเศษ หากมีการเข้าพักหลายคืน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) ความรวดเร็วและความสะดวกในการ Check–in และ Check–out 2) ความรวดเร็วและความสะดวกในการให้บริการ และ 3) ความสะดวกและความรวดเร็วในการจองห้องพัก ตามลำดับ

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรก

คือ 1) คุณภาพของห้องพักเป็นไปตามที่คาดหวังไว้และเป็นไปตามเงื่อนไขการจอง 2) คุณภาพของห้องพักได้มาตรฐาน และ 3) การบริการโดยรวมเป็นไปตามที่ได้อ้างหรือโฆษณาไว้ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) พนักงานเข้าใจในคำขอของคุณ 2) พนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) พนักงานคอยให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางกายภาพ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรกคือ 1) ความสวยงามของการตกแต่งภายใน 2) สัญลักษณ์สื่อได้อย่างชัดเจน และ 3) สภาพแวดล้อมโดยรวมของเกสต์เฮาส์ ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และเมื่อแยกรายละเอียดตามรายข้อพบว่า การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การต้อนรับจากประชาชนในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 การมีระบบการคมนาคมขนส่งให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความประทับใจแรกเมื่อมาถึงเกสต์เฮาส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความสะอาดโดยรวมของเกสต์เฮาส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ความโดดเด่นของเกสต์เฮาส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และการออกแบบและการตกแต่งมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

5. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ของนักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญมากที่สุด 2 ปัจจัยคือ 1) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและง่าย 2) การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการได้ง่าย และให้ระดับความ สำคัญมากมี 6 ปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ 1) การออกแบบและการตกแต่งมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง 2) ความสะอาดโดยรวมของเกสต์เฮาส์ 3) ความโดดเด่นของเกสต์เฮาส์ 4) การต้อนรับจากประชาชนในพื้นที่ 5) ความประทับใจแรกเมื่อมาถึงเกสต์เฮาส์ และ 6) การมีระบบการคมนาคมขนส่งให้เลือกหลากหลาย

6. ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของระดับความ สำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการพี่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารที่เป็นตัวแปรตามของนักท่องเที่ยวชาวต่าง-ชาติ กับตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (8P's) ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (8P's) ที่ส่งผลอย่างเข้มข้นต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ ปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ ที่เป็นตัวแปรตาม (Y)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	51.656	4	12.914	83.346	.000[a]
Residual	61.203	395	0.155		
Total	112.859	399			

a. Predictors: (Constant), ด้านบุคลากร, ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านผลิตภัณฑ์

b. Dependent Variable: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม สถิติทดสอบ คือ F มีค่าเท่ากับ 83.346 ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 และค่า Sig < 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ ซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1.067	0.173	6.164	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.282	0.059	4.762	0.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.153	0.060	2.559	0.011
ด้านการเพิ่มประสิทธิ – ภาพในการทำงาน	0.202	0.055	3.654	0.000
ด้านบุคลากร	0.119	0.044	2.726	0.007

Dependent Variable: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร

R = 0.677, R Square = 0.458, Adjusted R Square = 0.452, Std. Error of the Estimate = 0.394

จากตารางที่ 2 เมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 8 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ นำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ของสมการการถดถอยของตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ปัจจัยส่งผลต่อตัวแปรตาม คือความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร อย่างเข้มข้นเพียง 4 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว สามารถพยากรณ์การตัดสินใจต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ 4 ตัว สามารถพยากรณ์ได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ(R)มีค่า 0.677 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) มีค่า 0.458 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (R^2_{adj}) มีค่า 0.452

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม คือปัจจัยที่ส่งผลความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร (Y) ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (X_1), ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3), ปัจจัยทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (X_6) และปัจจัยทางด้านบุคลากร (X_7) ซึ่งตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 4 ตัว ร่วมกันพยากรณ์ภาพรวมของตัวแปรตาม (Y) คือปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารได้ร้อยละ 45.8 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEE) มีค่า 0.394 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร (Y) ได้ดังนี้

$$\hat{Y}=1.067+0.282X_1+0.153X_3+0.202X_6+0.119X_7$$

อภิปรายผลการศึกษา

1. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับถนนข้าวสาร นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่บริเวณถนนข้าวสาร ได้มีการศึกษาข้อมูลจากทางอินเตอร์เน็ต จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทำให้ทราบว่า ข้อมูลข่าวสารของประเทศไทยที่เกี่ยวกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมือง มีอิทธิพลอย่าง

มากต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวบางส่วนที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารในอดีต ย่อมจะสามารถตัดสินใจเลือกที่จะใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวก่อนที่จะเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร แต่นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในอดีต เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วแต่ก็ยังไม่สามารถตัดสินใจได้จนกว่าจะได้เดินทางมาถึงบริเวณที่พักและได้มีการตรวจสอบสถานที่ที่จะพักด้วยตนเอง จากนั้นจึงทำการประเมินผลความพึงพอใจก่อนการตัดสินใจแล้วจึงเลือกใช้บริการที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของ จิตตินันท์ (2543)

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลอย่างเข้มข้น 4 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ได้แก่

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และมีการควบคุมการเข้าออกบริเวณที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎ์ (2541) ที่ได้ทำการ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับสภาพของห้องพักมากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการของโรงแรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาบริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสำคัญในส่วนของความสะอาดและเป็นระเบียบของห้องพัก

2.2 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เกสต์เฮาส์สามารถมองเห็นเด่นชัด รองลงมาคือ การเดินทางสามารถเข้าถึงได้ง่าย และ บริเวณเกสต์เฮาส์สามารถเข้าถึงการบริการของธนาคาร ตู้ ATM ได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตลาด เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ชัยสมพล (2547) กล่าวไว้ว่า การกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการที่ให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จะต้องหาทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ใกล้สถาบันการศึกษา อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

2.3 ปัจจัยด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ คุณภาพของห้องพักเป็นไปตามที่คาดหวังและเป็นไปตามเงื่อนไขของการจอง รองลงมาคือ คุณภาพของห้องพักได้มาตรฐาน และการบริการโดยรวมเป็นไปตามที่ได้อ้างหรือโฆษณาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา (2551) จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ และยัง มีความสอดคล้องกับหนังสือหลักการตลาด เรื่องการสร้างบริการเกินความคาดหาย ของ ชัยสมพล (2547) กล่าวไว้ว่า การสร้างบริการเกินความคาดหมาย ย่อมสร้างชื่อเสียงให้กิจการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ในที่สุดก็จะทำให้ธุรกิจบริการนั้น ๆ สามารถวางตำแหน่งการบริการในตลาดได้อย่างมั่นคง ยากที่คู่แข่งจะสามารถช่วงชิงตำแหน่งนั้นได้ เนื่องจากตำแหน่งบริการของธุรกิจได้ครองใจลูกค้าแล้ว

2.4 ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ พนักงานเข้าใจในคำขอ รองลงมาคือ พนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และพนักงานคอยให้ความช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา (2551) จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนจำหน่าย

การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านพนักงานมากที่สุดในเรื่องของการมีความรู้และทักษะในการให้บริการที่ดี และมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของ Phillip (2000) ที่ได้กล่าวไว้ว่า บุคลากร เป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในองค์กร แม้ว่าจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการบริการมากขึ้น พนักงานจึงมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าเท่านั้นและต้องทำหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าด้วย การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากรนั้นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการว่าจ้างและฝึกอบรมบุคลากรให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่งขันได้และก่อให้เกิดลักษณะของบุคลากร 5 แบบ คือ1) ความสามารถ พนักงานมีทักษะและความรู้ตามกำหนด 2) ความสุภาพ พนักงานมีความเป็นมิตร นอบน้อม และสนใจในงาน 3) ความน่าเชื่อถือ พนักงานเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า 4) ความรับผิดชอบพนัก– งานตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อมีคำขอร้องและได้รับปัญหาของลูกค้า 5) การสื่อสาร พนักงานมีความพยายามในการเข้าใจในลูกค้า และสื่อสารได้อย่างชัดเจน

3. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ตามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เรียงลำดับประกอบด้วย การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและง่าย การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการได้ง่าย การออกแบบและการตกแต่งมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ความสะอาดโดยรวมของเกสต์เฮาส์ ความโดดเด่นของเกสต์เฮาส์ การต้อนรับจากประชาชนในพื้นที่ ความประทับใจแรกเมื่อมาถึงเกสต์เฮาส์ และ การมีระบบการคมนาคมขนส่งให้เลือกหลากหลาย ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการบริการอื่น ๆ ได้สะดวกและง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณญาณี (2548) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเมื่อเรือนแรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการบริการอื่น ๆ ได้สะดวกและง่าย และจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความประทับใจในสิ่งแวดล้อมบริเวณถนนข้าวสาร รวมทั้งเป็นแหล่งรวมสถานบันเทิงหลากหลาย เป็นที่นัดพบและพบปะสังสรรค์สำหรับนักเดินทาง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดมากที่สุด รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และมีการควบคุมความการเข้าออกเพื่อความปลอดภัย 2) ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการที่เกสต์เฮาส์สามารถมองเห็นเด่นและหาง่าย รองลงมาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รอบ ๆ เกสต์เฮาส์ซึ่งสามารถเข้าถึงการบริการของธนาคาร ตู้ ATM ได้ง่ายและการเดินทางมายังสถานที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ได้สะดวกและง่าย 3) ปัจจัยทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพของห้องพักที่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้และเป็นไปตามเงื่อนไขของการจองมากที่สุด รองลงมา คุณภาพของห้องพักได้มาตรฐานและการบริการโดยรวมเป็นไปตามที่ได้อ้างหรือโฆษณาไว้ และ 4) ปัจจัยทางด้านบุคลากร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการที่พนักงานเข้าใจในคำของผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีประสิทธิภาพในการให้บริการและพนักงานคอยให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียน และเนื่องจากปัจจุบันมีการรณรงค์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ปัจจุบันได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และเพื่อให้ความสามารถในการให้บริการมีประสิทธิภาพและตรงตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวควรมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของเกสต์เฮาส์และควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลในเรื่องของความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนในพื้นที่บริเวณถนนข้าวสาร

2. ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลและจัดให้มีการฝึกอบรมในเรื่องของจริยธรรมเกี่ยวกับการให้บริการ ในส่วนของมารยาท ความเป็นสุภาพชนและการสนทนาของผู้ขับขี่รถบริการสามล้อรับจ้างส่วนบุคคลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นสุภาพสตรี

3. ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ถังขยะ และศูนย์บริการข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณถนนข้าวสารให้มีมากขึ้น

4. ควรมีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมไทยแบบดั้งเดิมเกี่ยวกับบ้านเรือนของผู้อยู่อาศัยบริเวณถนนข้าวสารเพื่อเป็นการอนุรักษ์ความเป็นอยู่และสะท้อนการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทยในสมัยก่อนเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดความประทับใจของผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม เป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความกรุณาสละเวลารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเรื่องนี้ นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอบคุณผู้ดำเนินงานโครงการและเจ้าหน้าที่ MBA ทุกท่านที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอบคุณห้องสมุดต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการเรียนและทำงานวิจัยฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

กนกพร ศิริโรจน์. 2545. กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ: กรณีศึกษาสถานที่พักแรมถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์. คณะศิลปะศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,.

กรมการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2553. สถิตินักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 23 กันยายน 2553, จาก http://tourism.go.th/2010/th/home/index.php

กฤษฎิ์ กาญจนกิตติ. 2541. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543. จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ญาณิศา ทองนาค. 2551. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดภูเก็ต. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยราชภัภูเก็ต.

ณญาณี สุขเขียว. 2551. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือนแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2543. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊คสแตนดาร์ด.

ไพศาล ทองคำ. 2551. พฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาบริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

วัน เดชพิชัย. 2532. คู่มือการวิจัยและประเมินโครงการทางการศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์. ปัตตานี คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

Phillip Kotler. 2000. Marketing management : Analysis,planing, implementation and control (9^{th} ed.). Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.