

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

FACTORS AFFECTING DECISION MAKING ON CHOOSING ACCOMMODATION
OF THAI TOURISTS IN UDON THANI MUNICIPALITY

กรรณิการ์ ศรีไชยโยรัช¹ และ ชีระพล คุณบุราณ¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Kannika Srichaiyarak¹ and Teerapol Khoonburan¹

¹Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

(Received: June 23, 2019 ; Revised: July 7, 2019 ; Accepted: July 18, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี กับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 430 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

ผลจากการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม พบว่า โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม และสัมมนา โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พักแรม มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 2 คน มีระยะเวลาเดินทาง 1 – 2 วัน มีราคาที่พักแรมระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อคืน ใช้วิธีการจองที่พักแรมผ่านโทรศัพท์ ตัดสินใจเลือกที่พักแรมด้วยตนเอง โดยพิจารณาจากที่พักแรมที่อยู่ใกล้ชุมชนเป็นหลัก 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.743 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .93 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ .91 ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ .042 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized RMR) เท่ากับ .036

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ, ที่พักแรม

ABSTRACT

The purposes of this research were to study Thai tourist behavior and analyze factors affecting decision making on choosing accommodation in Udon Thani Municipality with empirical data. The sample were 430 Thai tourists in Udon Thani Municipality, collecting data from a questionnaire. The quantitative data were analyzed using the descriptive statistics of arithmetic mean and standard deviation

and the Second-Order Confirmatory Factor Analysis. The result of the research revealed that 1) Thai tourists had travelling purpose for business, meeting and seminar, mostly choosing hotel, number of traveller was 1-2 and travel only 1-2 days, the hotel price was between 500-1,000 baht per night, booking hotel by telephone, making decision by themselves, choosing accommodation nearby downtown or city center. 2) The result of analyzing factors affecting decision making on choosing accommodation in Udon Thani Municipality findings were supported by empirical data by having (χ^2/df) = 1.743, GFI = .93, AGFI = .91, RMSEA = .042, and Standardized RMR = .036.

Keywords: Tourist Behavior, Factors Affecting Decision Making, Accommodation

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจที่พักแรมมีการเติบโตและแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยในปี พ.ศ.2561 การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้รวมให้กับประเทศประมาณ 3 ล้านล้านบาท ขยายตัวที่ร้อยละ 10 จากปี พ.ศ.2560 ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด โดยการนำค่าใช้จ่ายมาลดหย่อนภาษี และการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในต่างประเทศ เพื่อเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มไฮเอนด์ กลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ และกลุ่มจัดเลี้ยงและสัมมนา (MICE: Meeting Intensive Conventions and Exhibitions) ส่งผลให้แนวโน้มผลประกอบการในภาพรวมของธุรกิจที่พักแรมปรับตัวดีขึ้นตามไปด้วย (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก, 2562)

อุดรธานี เป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้มาจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการลงทุนจากภาครัฐในจังหวัด อาทิ เส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกับจังหวัดหนองคาย ผ่านสะพานมิตรภาพไทย – สปป.ลาว ที่ทำให้ชาว สปป.ลาว เข้ามาจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดอุดรธานีมากขึ้น มีเงินหมุนเวียนสะพัดในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น นอกจากนี้จังหวัดอุดรธานียังมีสนามบินที่สามารถรองรับผู้โดยสารที่มีจำนวนเที่ยวบินมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกำลังเตรียมก้าวสู่ความเป็นศูนย์กลางการบินของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเชื่อมโยงสู่อนุภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งในอนาคตจังหวัดอุดรธานีจะกลายเป็นศูนย์กลางแห่งการบินของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อสร้างโอกาสด้านการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ.2561 จังหวัดอุดรธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 จำนวน 3.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2560 ร้อยละ 4.05 (อีสานบิซ, 2561)

เทศบาลนครอุดรธานี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สำคัญในจังหวัดอุดรธานี เป็นศูนย์กลางหน่วยงานราชการภูมิภาค การค้า การพาณิชย์ การขนส่ง และการท่องเที่ยว ภายในเขตเทศบาลนครอุดรธานีมีที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากและหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม เกสต์เฮาส์ และ รีสอร์ท เป็นต้น เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีใช้พัก

อาศัยค้างคืน (เทศบาลนครอุดรธานี, ม.ป.ป.) เนื่องจากธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีความสำคัญโดยตรงกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวจึงควรให้ความสำคัญและจัดบริการที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค และควรมีการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนในการกำหนดทิศทางของธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และอาศัยปัจจัยไปสู่ความสำเร็จที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยที่จะนำธุรกิจโรงแรมไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง รูปแบบของอาคาร โครงสร้างทางการเงิน ด้านการตลาด คุณภาพของพนักงาน และการเลือกทำเลที่ตั้ง (Chou, Hsu & Chen, 2008) การศึกษาในครั้งนี้ จึงนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) มาปรับใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและวิเคราะห์หองค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยผลจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ที่พักแรมของผู้ประกอบการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความอยู่รอดทางธุรกิจและการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ซึ่งในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกเกณฑ์ของ Comrey and Lee (1992) ได้เสนอว่าขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบไม่น้อยกว่า 300 ราย ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 430 ราย โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) จากนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย จำนวน 5 ราย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามสถานที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี อาทิ โรงแรม รีสอร์ท โฮสเทล เป็นต้น โดยใช้ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 2 เดือน คือ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2562

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม

ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง ราคาที่พักแรม วิธีการจองที่พักแรม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) และส่วนที่ 3 สอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบจากระดับมากที่สุดจนถึงระดับน้อยที่สุด โดยมีขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังนี้

2.1 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของสำนวนและภาษาที่ใช้ จากนั้นทำการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยแบบสอบถามแต่ละข้อมีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00

2.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษาก่อนจำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า แบบสอบถามในภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เท่ากับ .943 โดยในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง .716 - .893 สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและนำไปใช้ได้ (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค
ด้านผลิตภัณฑ์	.716
ด้านราคา	.805
ด้านสถานที่	.893
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.882
ด้านบุคลากร	.877
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.789
ด้านกระบวนการ	.821
ภาพรวม	.943

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

3.2 วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second-Order Confirm Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบ โดยกำหนดค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีทดสอบความกลมกลืน	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ที่มา
ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df)	มีค่าน้อยกว่า 2.00	Bollen (1989)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	มีค่ามากกว่า .90	Joreskog and Sorbom (1989)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (Adjusted the Goodness of Fit Index: AGFI)	มีค่ามากกว่า .90	Joreskog and Sorbom (1989)
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized root mean square residual: Standardized RMR)	มีค่าน้อยกว่า .08	Hu and Bentler (1999)
ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	มีค่าน้อยกว่า .06	Hu and Bentler (1999)

ผลการวิจัย

1. ผลวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	41.16
หญิง	253	58.84
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	7	1.63
20 – 30 ปี	185	43.02
31 – 40 ปี	137	31.86
41 – 50 ปี	76	17.67
มากกว่า 50 ปี	25	5.82

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	192	44.65
สมรส	214	49.77
หม้าย/หย่าร้าง	24	5.58
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	81	18.84
ปริญญาตรี	294	68.37
สูงกว่าปริญญาตรี	55	12.79
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	86	20.00
พนักงานบริษัท	167	38.84
เจ้าของธุรกิจ	147	34.19
อื่นๆ	30	6.97
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	32	7.44
10,000 – 15,000 บาท	127	29.54
15,001 – 20,000 บาท	133	30.93
20,001 – 25,000 บาท	75	17.44
มากกว่า 25,000 บาท	63	14.65
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (จำนวน 253 คน, ร้อยละ 58.84) มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี (จำนวน 185 คน, ร้อยละ 43.02) มีสถานภาพสมรสแล้ว (จำนวน 214 คน, ร้อยละ 49.77) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (จำนวน 294 คน, ร้อยละ 68.37) เป็นพนักงานบริษัท (จำนวน 167 คน, ร้อยละ 38.84) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท (จำนวน 133 คน, ร้อยละ 30.93)

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การเดินทาง		
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	157	36.51
ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	185	43.02
เยี่ยมญาติ/ครอบครัว	59	13.72
ช้อปปิ้ง	17	3.96
อื่นๆ	12	2.79
ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ		
โรงแรม	377	87.67
รีสอร์ท	45	10.56
โฮสเทล	3	0.70
อื่นๆ	5	1.16
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
1 – 2 คน	239	55.58
3 – 4 คน	137	31.86
5 – 6 คน	18	4.19
มากกว่า 6 คน	36	8.37
ระยะเวลาเดินทาง		
1 – 2 วัน	267	62.09
3 – 4 วัน	134	31.16
5 – 6 วัน	20	4.65
มากกว่า 6 วัน	9	2.10
ราคาที่พักแรม		
ต่ำกว่า 500 บาท/คืน	21	4.88
500 – 1,000 บาท/คืน	152	35.35
1,001 – 1,500 บาท/คืน	139	32.33
1,501 – 2,000 บาท/คืน	97	22.56
สูงกว่า 2,000 บาท/คืน	21	4.88

ตารางที่ 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการจองที่พักแรม		
เว็บไซต์	149	34.65
โทรศัพท์	162	37.67
บริษัทนำเที่ยว	13	3.02
เดินทางมาจองเอง	100	23.26
อื่นๆ	6	1.40
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม		
ตนเอง	234	54.42
เพื่อน	104	24.19
ครอบครัว	68	15.81
อื่นๆ	24	5.58
เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกที่พักแรม		
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของที่พักแรม	62	14.42
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน	135	31.40
ราคามีความเหมาะสม	126	29.30
มีการบริการที่ดี	29	6.74
มีบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยว	14	3.26
ความสะดวก สบายของที่พักแรม	58	13.49
อื่นๆ	6	1.39
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม และสัมมนา (จำนวน 185 คน, ร้อยละ 43.02) โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พักแรม (จำนวน 377 คน, ร้อยละ 87.67) มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 2 คน (จำนวน 239 คน, ร้อยละ 55.58) มีระยะเวลาเดินทาง 1 – 2 วัน (จำนวน 267 คน, ร้อยละ 62.09) มีราคาที่พักแรมระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อคืน (จำนวน 152 คน, ร้อยละ 35.35) ใช้วิธีการจองที่พักแรมผ่านโทรศัพท์ (จำนวน 162 คน, ร้อยละ 37.67) ตัดสินใจเลือกที่พักแรมด้วยตนเอง (จำนวน 234 คน, ร้อยละ 54.42) โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งของที่พักแรมที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนเป็นหลัก (จำนวน 135 คน, ร้อยละ 31.40)

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้แล้ว (AGFI) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน

(Standardized RMR) และค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) ซึ่งมีค่า
ดัชนีผ่านเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างองค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ผลการทดสอบ	แปลผล
χ^2 / df	มีค่าน้อยกว่า 2.00	1.743	ผ่านเกณฑ์
GFI	มีค่ามากกว่า .90	0.93	ผ่านเกณฑ์
AGFI	มีค่ามากกว่า .90	0.91	ผ่านเกณฑ์
Standardized RMR	มีค่าน้อยกว่า .08	0.036	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	มีค่าน้อยกว่า .06	0.042	ผ่านเกณฑ์

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์
(Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People)
ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) มีน้ำหนักองค์ประกอบ
มาตรฐานระหว่าง .66 – .94 มีความเที่ยง (R^2) ระหว่าง .44 – .89 โดยองค์ประกอบด้านบุคลากร
(People) และด้านกระบวนการ (Process) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก
ใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	t	S.E.	R^2
องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	.84**	15.18	.055	.71
ตัวแปร Y ₁ : ความหลากหลายของประเภทห้องพัก	.77	-	-	.59
ตัวแปร Y ₂ : สภาพของห้องพัก	.84**	17.34	.039	.70
ตัวแปร Y ₃ : ขนาดของห้องพัก	.79**	16.44	.038	.63
องค์ประกอบด้านราคา (Price)	.90**	14.92	.060	.81
ตัวแปร Y ₄ : ความชัดเจนของการกำหนดราคา	.71	-	-	.50
ตัวแปร Y ₅ : ความหลากหลายของราคา	.76**	14.72	.046	.58
ตัวแปร Y ₆ : ความเหมาะสมของราคา	.82**	16.01	.040	.67
ตัวแปร Y ₇ : การเปรียบเทียบราคา	.81**	15.56	.044	.66
องค์ประกอบด้านสถานที่ (Place)	.75**	13.99	.058	.56
ตัวแปร Y ₈ : ความสะดวกในการเดินทาง	.80	-	-	.65
ตัวแปร Y ₉ : ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ย่านเศรษฐกิจ	.79**	14.65	.042	.63
ตัวแปร Y ₁₀ : ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	.79**	14.11	.044	.63

ตารางที่ 6 (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	t	S.E.	R ²
องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	.66**	14.76	.051	.44
ตัวแปร Y ₁₁ : โปรโมชัน	.95	-	-	.90
ตัวแปร Y ₁₂ : ส่วนลด	.79**	16.76	.048	.63
ตัวแปร Y ₁₃ : การส่งเสริมการขาย	.96**	20.45	.041	.93
องค์ประกอบด้านบุคลากร (People)	.94**	18.06	.048	.87
ตัวแปร Y ₁₄ : ความสุภาพเป็นมิตรของพนักงาน	.81	-	-	.65
ตัวแปร Y ₁₅ : ความรวดเร็วในการบริการของพนักงาน	.80**	23.28	.032	.65
ตัวแปร Y ₁₆ : ความเท่าเทียมในการบริการของพนักงาน	.79**	17.40	.038	.62
องค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	.92**	16.94	.055	.84
ตัวแปร Y ₁₇ : ความปลอดภัยของที่พักรแรม	.79	-	-	.63
ตัวแปร Y ₁₈ : สภาพแวดล้อมบริเวณที่พักแรม	.69**	14.04	.038	.47
ตัวแปร Y ₁₉ : สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักแรม	.78**	16.38	.038	.61
องค์ประกอบด้านกระบวนการ (Process)	.94**	16.22	.057	.89
ตัวแปร Y ₂₀ : จำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ	.74	-	-	.55
ตัวแปร Y ₂₁ : ความหลากหลายของวิธีการจองที่พักแรม	.74**	17.67	.034	.55
ตัวแปร Y ₂₂ : ความถูกต้องแม่นยำของระบบจองที่พักแรม	.78**	15.66	.043	.61
ตัวแปร Y ₂₃ : ความสะดวกในการลงทะเบียนเข้า-ออกที่พักแรม	.77**	15.27	.040	.59

หมายเหตุ: ** p < .01

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานีทั้ง 23 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .69 - .96 เมื่อพิจารณาจากค่าสถิติ (t) พบว่า ทุกตัวแปรมีน้ำหนักองค์ประกอบที่น่าเชื่อถือและอธิบายได้อย่างมีความหมายที่ระดับนัยสำคัญ .01

เมื่อพิจารณาตัวแปรในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำนวน 3 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .77 - .84 มีค่าความเที่ยง (R²) ระหว่าง .59 - .70 โดยตัวแปรสภาพของห้องพัก (Y₂) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

ตัวแปรในองค์ประกอบด้านราคา (Price) จำนวน 4 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .71 - .82 มีค่าความเที่ยง (R²) ระหว่าง .50 - .67 โดยตัวแปรความเหมาะสมของราคา (Y₆) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

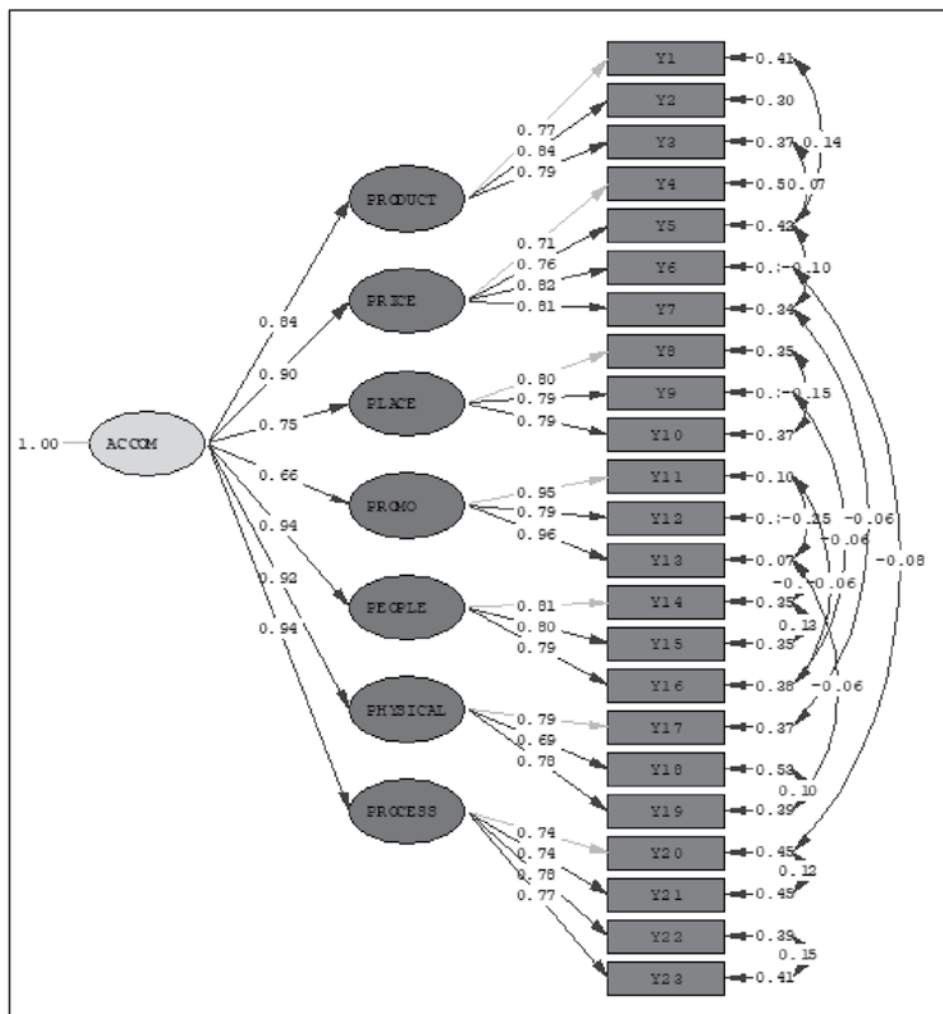
ตัวแปรในองค์ประกอบด้านสถานที่ (Place) จำนวน 3 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .79 - .80 มีค่าความเที่ยง (R²) ระหว่าง .63 - .65 โดยตัวแปรความสะดวกในการเดินทาง (Y₈) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

ตัวแปรในองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำนวน 3 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .79 - .96 มีค่าความเที่ยง (R²) ระหว่าง .63 - .93 โดยตัวแปรการส่งเสริมการขาย (Y₁₃) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

ตัวแปรในองค์ประกอบด้านบุคลากร (People) จำนวน 3 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .79 - .81 มีค่าความเที่ยง (R^2) ระหว่าง .62 - .65 โดยตัวแปรความสุภาพเป็นมิตรของพนักงาน (Y_{14}) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

ตัวแปรในองค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จำนวน 3 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .69 - .79 มีค่าความเที่ยง (R^2) ระหว่าง .47 - .63 โดยตัวแปรความปลอดภัยของที่พักรถ (Y_{17}) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด

ตัวแปรในองค์ประกอบด้านกระบวนการ (Process) จำนวน 4 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง .74 - .78 มีค่าความเที่ยง (R^2) ระหว่าง .55 - .61 โดยตัวแปรความถูกต้องแม่นยำของระบบจองที่พัก (Y_{22}) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด



ภาพที่ 1 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนดังต่อไปนี้

1. ผลจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ ประชุม และสัมมนา โดยเลือกใช้บริการโรงแรมเป็นที่พักแรม มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 – 2 คน มีระยะเวลาเดินทาง 1 – 2 วัน มีราคาที่พักแรมระหว่าง 500 – 1,000 บาทต่อคืน ใช้วิธีการจองที่พักแรมผ่านโทรศัพท์ ตัดสินใจเลือกที่พักแรมด้วยตนเอง โดยพิจารณาจากที่พักแรมที่อยู่ใกล้ชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนและผลักดันไทยให้เป็นศูนย์กลางของตลาดการประชุม สัมมนา และการจัดนิทรรศการ (ตลาด MICE) เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจในภูมิภาค (พจน์พิตดา ศรีสมพงษ์, 2558) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ที่ต้องการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรม MICE และการท่องเที่ยว โดยใช้อัตลักษณ์ด้านที่ตั้งเพื่อสร้างความเป็นศูนย์กลางตลาด MICE ของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (สำนักงานจังหวัดอุดรธานี, 2560) จึงทำให้ผู้ประกอบการที่พักแรม (โดยเฉพาะในกลุ่มโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่) ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ได้มีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ในการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้น โดยลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (MICE) โดยส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 วัน และจัดอยู่ในโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนเมือง เนื่องจากมีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากได้เป็นอย่างดี และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับการศึกษาของ พินิตา แก้วจิตคงทอง และ เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการ พนักงาน และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

2. ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครอุดรธานี พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบ 23 ตัวแปร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรม พิจารณาได้จากน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่ามากกว่า .30 และมีนัยสำคัญทางสถิติ (สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2551)

3. องค์ประกอบด้านกระบวนการและด้านบุคลากร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุดในบรรดาองค์ประกอบทั้งหมด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอย่างมากกับกระบวนการและบุคลากรที่ให้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม โดยพิจารณาจากความสุภาพเป็นมิตรของพนักงาน ความรวดเร็วในการบริการของพนักงาน ความเท่าเทียมในการบริการของพนักงาน จำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ ความหลากหลายของวิธีการจองที่พักแรม ความถูกต้องแม่นยำของระบบจองที่พักแรม ความสะดวกในการลงทะเบียนเข้า-ออกที่พักแรม สอดคล้องกับการศึกษาของ ปุณพร บุญรังสี และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรและการบริการมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ควรกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยพิจารณาจากปัจจัยและตัวแปรตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1.1 ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมควรมีระบบจองที่พักแรมที่มีความถูกต้องแม่นยำ จัดทำระบบการลงทะเบียนเข้า-ออกที่พักแรมให้มีความสะดวกสบาย กำหนดจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว และจัดให้มีวิธีการจองที่พักแรมอย่างหลากหลาย

1.2 ด้านบุคลากร ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีความสุภาพในการให้บริการ และให้บริการอย่างเป็นมิตร เน้นบริการด้วยความรวดเร็ว รวมทั้งบริการนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

1.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีระบบการตรวจสอบความปลอดภัยในสถานที่พักแรม จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และปรับสภาพแวดล้อมที่พักแรมให้มีความสะอาด สวยงาม ร่มรื่น น่าอยู่

1.4 ด้านราคา การกำหนดราคาที่พักแรมควรมีความเหมาะสม มีความหลากหลาย และมีการแสดงราคาอย่างชัดเจน

1.5 ด้านผลิตภัณฑ์ สภาพห้องพักต้องมีความสะอาด มีขนาดที่เหมาะสม และมีห้องพักหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

1.6 ด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่พักแรมต้องมีความสะดวกในการเดินทาง ตั้งอยู่ในย่านเศรษฐกิจ และใกล้สถานที่ท่องเที่ยว

1.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชันตามฤดูกาล และส่วนลดตามความเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

เทศบาลนครอุดรธานี. (ม.ป.ป.). ประวัติความเป็นมาเทศบาลนครอุดรธานี. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์, จาก <http://www.udoncity.go.th/public4/content/>

ปฤณพร บุญรังสี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(ฉบับพิเศษ เดือนตุลาคม), 193-205.

พจน์พิตดา ศรีสมพงษ์. (2558). ปัจจัยที่มีศักยภาพของเมืองด้านธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 7(2), 45-56.

- พินิตา แก้วจิตคงทอง และ เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา (MICE) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(3), 35-46.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก. (2562). สถานการณ์ธุรกิจโรงแรมปี 2561 –2562. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
- สำนักงานจังหวัดอุดรธานี. (2560). *บทสรุปทิศทางการพัฒนาจังหวัดอุดรธานีสำหรับผู้บริหาร*. จังหวัดอุดรธานี: กลุ่มงานยุทธศาสตร์ สำนักงานจังหวัดอุดรธานี.
- สุกมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชชนีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2551). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. กรุงเทพมหานคร: มิสชั่น มีเดีย.
- อีสานบิซ. (2561). “คลังอุดร” คาดเกษตร-อุตสาหกรรม หนุนเศรษฐกิจปี 61 โต 3.2% ดันอับการบินอีสานบน. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2562, จาก [https://www.esanbiz.com/12195/](https://www.esanbiz.com/12195/Bollen, K. A. (1989). Structural Equations with Latent Variables. New York: John Wiley and Sons.)
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley and Sons.
- Chou, T.Y., Hsu, C.L., & Chen, M.C. (2008). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, Vol.27, 293-301.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis*. (2nd ed.). Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated.
- Hu, L. & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indices in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, Vol.6, 1-55.
- Jöreskog, K. G. & Sörbom, D. (1989). *LISREL-7 user's reference guide*. Mooresville, Indiana: Scientific Software.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd Ed.). New York: McGraw-Hill.