

การศึกษาองค์ประกอบการดำเนินธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจใน
การท่องเที่ยวผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
A STUDY OF TOURIST SERVICE BUSINESS OPERATIONS AFFECTING TOURIST
SATISFACTION THROUGH CHINESE TOURIST SERVICE PROVIDERS IN CHIANG
MAI PROVINCE

รัตน์รินทิรา^{1*} นิกาวรรณ^{1*}

สาขาวิชาการท่องเที่ยว โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Ratnarinthira Nipawan^{1*}

School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University

Email : ratnarinthira@gmail.com

Received: 10/12/2023

Revised: 10/04/2024

Accepted: 17/06/2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่เชียงใหม่ และเพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่เชียงใหม่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงระหว่าง 1 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในงานวิจัยใช้การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐานของการวิจัย ใช้สถิติ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน รวมทั้งใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 25 – 49 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท ภาพรวมคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “การให้บริการตรงตามความต้องการ” รองลงมาได้แก่ “การบริการที่ทั่วถึง” “การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี” “การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา” และ “การอำนวยความสะดวกในการบริการ” ตามลำดับ ภาพรวมความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีภาพรวมความพึงพอใจค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ “การกลับมาเที่ยวซ้ำ” ตามลำดับ ตัวแปรคุณภาพการบริการ ด้านการให้บริการตรงตามความต้องการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อมากที่สุด

คำสำคัญ: การบริการ การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน เชียงใหม่

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยว โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Abstract

The purpose of this research was to study the components of service quality of travel service providers that affect the satisfaction of Chinese tourists in the Chiang Mai area. And to propose guidelines for improving service quality for tourism service businesses in order to create tourism satisfaction for Chinese tourists in the Chiang Mai area. The population and sample were 400 Chinese tourists who traveled within Chiang Mai during the past month. Tools used in research with a questionnaire tool. Statistics used in the research were distribution, frequency, percentage, mean and standard deviation, testing, research hypothesis. Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis were used. The results showed that most of them were male, aged between 25 – 49 years old, had education below a bachelor's degree, were self-employed and had an average monthly income of 20,001 – 40,000 baht. The overview of the service quality of travel service providers has a relatively high overall importance. The most important issues are: "Providing service that meets the needs", followed by "Comprehensive service", "Creating a good service atmosphere", "Providing support and solving problems" and "Facilitating service" respectively. Overall, the satisfaction of Chinese tourists in Chiang Mai is quite high. The most satisfactory issues were: "returning again" respectively. Service quality variables On-demand services had the greatest influence on travel satisfaction of Chinese tourists in Chiang Mai in terms of repeat visits and word of mouth.

Keywords: Service Travel Chinese tourist Chiangmai

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมมีการชะลอตัวมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยสะท้อนจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ลดลงเหลือเพียงประมาณ 6 ล้านกว่ารายในช่วงปีแพร่ระบาด หรือน้อยลงกว่าร้อยละ 80 รวมไปถึงรายได้ที่ลดลงเหลือเพียง 8.5 หมื่นล้านบาท หรือลดลงกว่าร้อยละ 74 ซึ่งในปี พ.ศ. 2565 จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก รัฐบาลได้มีการกำหนดเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติเอาไว้ที่ 3 ล้านคน โดยมีเป้าหมายที่จะมีรายได้อยู่ที่ 3.3 แสนล้านบาท (Nitiprapa, 2021)

สำหรับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีร้อยละ 99.8 เป็นธุรกิจขนาดเล็กและกลาง(Medium Small & Micro Enterprise: MSME) ซึ่งประกอบด้วยห้องพักรับรอง โรงแรมขนาดเล็ก ธุรกิจร้านอาหาร ร้านค้าสินค้าที่ระลึก บริการแนะนำการท่องเที่ยว การขนส่งระหว่างท่องเที่ยว รวมถึงบริการอื่นๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ธุรกิจเหล่านี้มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท่องเที่ยวของประเทศ และสำหรับโรคติดเชื้อที่ยากจะคาดเดาเช่น COVID-19 การทำธุรกิจขนาดเล็กและกลางมีความสำคัญมากในการผลักดันเศรษฐกิจไทยระดับถัดไป และมีเพียงร้อยละ 0.2 ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ (Large Enterprise: LE) แต่เมื่อเทียบอัตราการจ้างงานทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวพบว่ากลุ่ม MSME มีอัตราการจ้างงานอยู่ที่ร้อยละ 86.8 และกลุ่ม LE อัตรานี้เท่ากับร้อยละ 13.2 ซึ่งบ่งบอกว่าทุกภาคส่วนของธุรกิจท่องเที่ยวทั้งหมดได้มีส่วนร่วมที่สำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศมีการเติบโตโดยยั่งยืนจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ กิจกรรมในธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงการท่องเที่ยวในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ล้วนแล้วแต่ขยายฐานตลาดและยกระดับรายได้สู่ระดับที่สูงขึ้น ธุรกิจท่องเที่ยวส่งผลกระทบโดยตรงต่อจำนวนงาน รายได้จากการส่งออกและการลงทุนระยะยาวที่เพิ่มมากขึ้นในเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการส่งเสริมความรุ่งเรืองของภูมิภาคต่าง ๆ และการเชื่อมต่อกับสาขาธุรกิจอื่นๆ เช่น อสังหาริมทรัพย์ การบริการ และการค้า อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและศิลปะของประเทศ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท่องเที่ยวประเทศไทย ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ จึงเป็นการเร่งรัดในการสร้างกำไรเพิ่มเติมให้กับธุรกิจท่องเที่ยว และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน (Nitiprapa, 2021)

นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นกลุ่มสำคัญในตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทย กลุ่มนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยมากที่สุดภายในเอเชียและเป็นจำนวนสูงสุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆที่เข้ามาในประเทศไทย เป็นกระแสหลักที่ช่วยผลักดันภาคท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เติบโตและมั่นคง ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่พัก ของฝาก และการเดินทาง ทุกอย่างล้วนสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมา (Economics Tourism and Sports Division, 2023) โดย

ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนเป็นกลุ่มที่มีคุณค่าสูงซึ่งเน้นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการทำงาน หรือสำหรับท่องเที่ยว ดังนั้น ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงต้องปรับแผนการให้บริการและการให้ข้อมูลท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของแก่นักท่องเที่ยวจีน ไม่ว่าจะเป็นการจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนี้ การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ดึงดูดทั้งในเรื่องของเที่ยวธรรมชาติ อาหาร โครงการอนุรักษ์วัฒนธรรม รวมถึงการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Tangtenglam, 2019) ด้วยศักยภาพของนักท่องเที่ยวจีนในปริมาณมากและมีความสามารถในการชำระเงินที่ดี ธุรกิจจึงได้ปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนที่มาในจำนวนที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจต่าง ๆ เริ่มเพิ่มบริการและผลิตภัณฑ์สำหรับเป้าหมายกลุ่มนี้ ทั้งบริการแปลภาษา ร้านอาหารที่เสิร์ฟอาหารจีน ทั้งการทำเอกสารเนื้อหาข้อความที่เป็นภาษาจีน และการเปิดรับบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ยังเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจที่ควรปรับตัวและผลักดันอย่างมากขึ้น โดยเฉพาะในเชียงใหม่ตั้งแต่ปี 2020 อัตราส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเชียงใหม่มีแนวโน้มค่อย ๆ ขึ้นสูง ในทางเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนเป็นความต้องการที่เกิดจากการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินจากท่าอากาศยานเชียงใหม่ไปยังเมืองต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบการขนส่งทางบกโดยเฉพาะเส้นทาง R3A (ประเทศไทย-ลาว-จีนใต้) ดังนั้นเชียงใหม่จึงได้กลายเป็นเมืองที่สามที่สำคัญที่สุดที่มีนักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการหลังจากภูเก็ตและกรุงเทพฯ สถิติดังกล่าวส่งผลให้สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับการท่องเที่ยวจังหวัดมีการผลักดันให้หน่วยงานและเอกชนที่มีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวมีการลงทุนและพัฒนาาร่วมกันเพื่อผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ (Chiangmai Province office, 2023)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าปัญหาที่สำคัญของธุรกิจบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงใหม่จะมีความหลากหลายเพื่อให้เข้ากับความต้องการของแต่ละประเภทด้วย ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลขอข่วยหลากหลาย เพื่อสร้างบริการที่ดีที่สุดได้ ดังนั้นจึงทำให้เห็นวิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยถ่วงรอนผ่านมุมมองจากผู้ให้บริการท่องเที่ยวจากจีนที่มีฐานที่เชียงใหม่

ปัญหานำวิจัย

องค์ประกอบใดบ้างที่ส่งผลธุรกิจบริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในพื้นที่เชียงใหม่

2. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในพื้นที่เชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบองค์ประกอบของคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเงินในพื้นที่เชียงใหม่

2. สามารถเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในพื้นที่เชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดคุณภาพการให้บริการ

Suphathanachotipong (2020) อธิบายถึงหลักการประเมินคุณภาพบริการตามหลักการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry ว่าสิ่งสำคัญที่จะประเมินคุณภาพการบริการคือ ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการ เนื่องจากสามารถใช้วัดประสิทธิภาพการบริการสามารถสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ในเรื่องของเครื่องมือต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในการบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นระดับบริการที่ได้รับจะแปรไปตามการส่งมอบบริการและการสื่อสารดังนั้นผู้ให้บริการต้องลดช่องว่างที่เกี่ยวข้องกับบริการที่ได้รับลงให้มากที่สุด ทำให้องค์กรธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างที่มีคุณค่า คุณภาพการบริการเป็นแนวทางหนึ่งสร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า ทำให้องค์กรส่วนใหญ่ในทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพการบริการ โดยวัดจากผลการประเมินคุณภาพการบริการจากลูกค้า ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงเป็นการวัดระดับคุณภาพของการบริการที่จะสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค โดยประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบไปแก่ 1) การให้บริการตรงตามความต้องการ 2) การบริการที่ทั่วถึง 3) การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี 4) การอำนวยความสะดวกในการบริการ และ 5) การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา

แนวคิดความพึงพอใจ

Phomjeen (2021) อธิบายถึงความพึงพอใจในมุมมองของผู้รับบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผ่านผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทาง อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะสำคัญในเรื่องของการมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือมีการบอกต่อให้กับผู้อื่นในเชิงประสบการณ์การท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Songsoonthornwong (2020) พบว่า ตัวแปรแฝงที่มีผลต่อคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ประกอบด้วยคุณภาพการบริการ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การมีปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

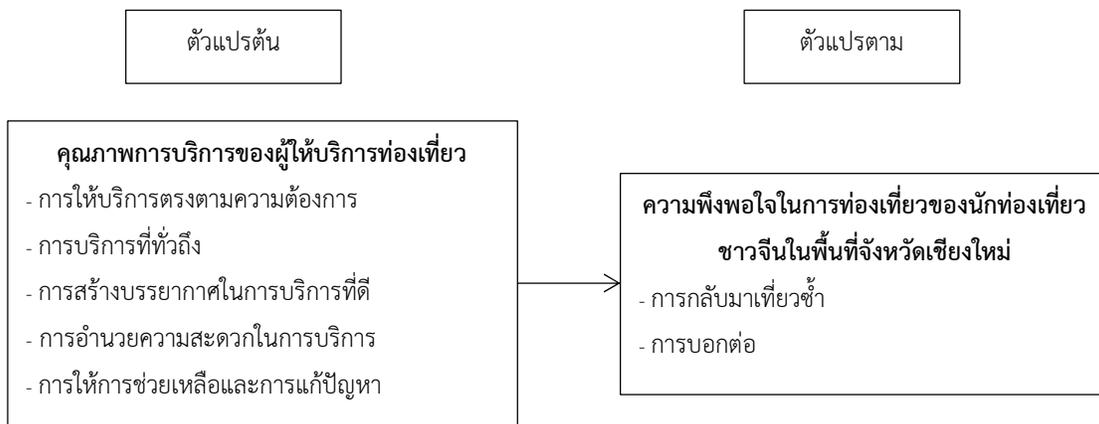
Ling (2018) พบว่า ความไว้วางใจของสถานที่ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีน

Wei (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดในการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

Song (2017) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยความใส่ใจในสุขภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาองค์ประกอบการดำเนินธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยได้ทำการสังเคราะห์มาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ ตัวแปรต้นในการศึกษาครั้งนี้คือ คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยตัวแปรย่อยทั้งหมด 5 ตัวแปรได้แก่ 1) การให้บริการตรงตามความต้องการ 2) การบริการที่ทั่วถึง 3) การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี 4) การอำนวยความสะดวกในการบริการ และ 5) การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา ทำการสังเคราะห์จากงานวิจัยของ Chaicumjun (2021) Suphathanachotipong (2020) และ Chairat (2021) ตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้คือ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วยตัวแปรย่อยทั้งหมด 5 ตัวแปรได้แก่ 1) การกลับมาเที่ยวซ้ำ และ 2) การบอกต่อ ทำการสังเคราะห์จากงานวิจัยของ Opaspinit, Ngaoprasertwong & Chailert (2022) Phomjeen (2021) Ling (2018) Song (2017) และ Wei (2020)

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานหลัก คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านรูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกระบวนการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ครอบคลุมกับขนาดของกลุ่มเป้าหมายและการเปิดรับข้อมูลที่มีความหลากหลายประกอบการศึกษา โดยมีองค์ประกอบของกระบวนการวิจัยในเชิงสถิติ และการแสดงเนื้อหาที่สะท้อนตามกรอบแนวคิดของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ในช่วงระหว่าง 1 เดือนที่ผ่านมา โดยนับจากวันที่ลงพื้นที่เพิ่มเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย และกำหนดให้เป็นผู้ที่มีสัญชาติจีนเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้กำหนดวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่พบข้อมูลเชิงสถิติที่แน่นอนในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงได้ทำการใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (Siljaru, 2020) สำหรับวิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 385 คน ซึ่งมีการสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มจำนวน 15 คน ในการป้องกันเหตุผิดพลาดที่สามารถเกิดได้จากการตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 400 คน

ขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้พิจารณาให้เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล โดยใช้คำถามที่มีลักษณะรูปแบบคำถามปลายปิด มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ขอบเขตการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคเพื่อตรวจสอบคุณภาพในส่วน of แบบสอบถาม หรือเครื่องมือ 2 วิธี ประกอบไปด้วย

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปตรวจสอบเนื้อหาและความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ในการวิจัยไปทดลองแจก (Try out) ก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูลจริง (Pre-Test) กับประชากรในลักษณะใกล้เคียงหรือคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง และนำผลที่ได้จากการทดสอบที่วิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือด้วยค่า Cronbach's alpha coefficient จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือในแต่ละตัวแปรมีความเชื่อมั่น มากกว่า 0.7 โดยภาพรวมของการทดสอบมีค่า .912 และข้อคำถามในหมวดคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .895 และหมวดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากประเทศจีนต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .780

ขอบเขตการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยนี้ด้วยตนเองผ่านการลงพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดจากการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากประเทศจีนโดยตรง โดยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบอิสระ (Purposive Random Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการแปลเครื่องมือ

แบบสอบถามให้อยู่ในรูปแบบภาษาจีนและดำเนินการใช้ล่ามในการช่วยเหลือด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว จะดำเนินการสำรวจข้อมูลความถูกต้องในการกรอก ก่อนนำไปใช้ในการวิเคราะห์ และทำการทดสอบสมมติฐาน ตามวัตถุประสงค์ในวิจัยต่อไป โดยช่วงระยะเวลาตลอดการดำเนินการวิจัย พฤศจิกายน 2565 – มีนาคม 2566 โดยมีคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามจะทำการสอบถามถึงผู้ให้ข้อมูล จะเป็นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในระหว่างที่ 1 เดือนที่ผ่านมาของการตอบแบบสอบถามเท่านั้น

ขอบเขตการวิเคราะห์ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการและการเลือกใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ครอบคลุม จำนวน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการและให้การบริการด้านการท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากประเทศจีนโดยตรง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) สำหรับทดสอบสมมติฐานในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจากการวิจัยครั้งนี้ด้วยสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) รวมทั้งใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาค่าความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปร และเพื่อใช้พยากรณ์ที่มีอิทธิพลปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 25 – 49 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท

พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้พบว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ระยะเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 3 – 5 วัน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวโดยรวมตลอดการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 7,501 – 10,000 บาท ประเภทของสถานที่พักที่ใช้เป็นหลักในการท่องเที่ยวมาเชียงใหม่พบว่า ส่วนใหญ่พักประเภทโรงแรม / รีสอร์ทช่องทางหลักในการศึกษาข้อมูลข่าวสารสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลจากรีวิว จากเว็บไซต์ต่างๆ ลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่ชื่นชอบพบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวแบบโบราณสถาน

วัด อาราม พื้นที่ทางประวัติศาสตร์ รูปแบบการเดินทางภายในจังหวัดที่ขึ้นชอพบพบว่า ส่วนใหญ่ขึ้นชอพบการเดินทางด้วยชิตีบัส หรือสองแถวประจำทาง

คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านการให้บริการตรงตามความต้องการมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “รายละเอียดการให้บริการด้านข้อมูล อุปกรณ์ ข้าวของเครื่องใช้ ของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตามที่นำเสนอ” รองลงมาได้แก่ “การให้บริการขั้นพื้นฐานและการบริการเสริม (Add-on) เป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ก่อนเข้าใช้บริการ” และ “สถานที่ท่องเที่ยวมีการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังเอาไว้เป็นอย่างดี” ตามลำดับ

คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวด้านการบริการที่ทั่วถึงมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “มีการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและเหมาะสม” รองลงมาได้แก่ “ผู้ให้บริการมีการให้ความสำคัญแก่ผู้ใช้บริการอย่างเท่าเทียมและเหมาะสม” และ “การกำหนดพื้นที่ในการให้บริการมีความเหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้สะดวก” ตามลำดับ

คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวด้านการสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดีมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “กิจกรรมตลอดการท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี” รองลงมาได้แก่ “พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างบรรยากาศที่ดีผ่านกระบวนการให้บริการตลอดเวลาที่ใช้บริการ” และ “การปรับทัศนียภาพและองค์ประกอบของสถานที่ให้มีบรรยากาศเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของแต่ละสถานที่” ตามลำดับ

คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกในการบริการมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “การเตรียมความพร้อมของพนักงานล่วงหน้าจากข้อร้องขอด้านการบริการที่ผู้มาใช้บริการแจ้งเอาไว้ก่อนเข้ามาใช้บริการ” รองลงมาได้แก่ “มีการจัดทำรายละเอียดข้อมูลผู้ใช้บริการรองรับสำหรับการบริการในแต่ละครั้งเป็นการเฉพาะ” และ “การจัดหาบริการพิเศษที่มีลักษณะเฉพาะตัวสำหรับผู้ใช้บริการแต่ละรายที่มาใช้บริการโรงแรม” ตามลำดับ

คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกในการบริการมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเมื่อมีการร้องขอในการให้บริการ” รองลงมาได้แก่ “การทำความเข้าใจปัญหาของลูกค้าและการดำเนินการมาตรการช่วยเหลือที่เหมาะสมที่สุด” และ “การประสานงานที่รวดเร็วเมื่อเกิดปัญหาขึ้นระหว่างการให้บริการ” ตามลำดับ

ภาพรวมคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีภาพรวมความสำคัญค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ “การให้บริการตรงตามความต้องการ” รองลงมาได้แก่ “การบริการที่ทั่วถึง” “การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี” “การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา” และ “การอำนวยความสะดวกในการบริการ” ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ในการศึกษาคั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำมีภาพรวมความพึงพอใจค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ “สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าที่จะมาใช้บริการซ้ำโดยที่สามารถสร้างความรู้สึกที่ดีได้อีกในโอกาสต่อไป” รองลงมาได้แก่ “การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแปลกใหม่ให้ค้นหาและมาใช้บริการในครั้งต่อไป” และ “มีความประทับใจจากกิจกรรมและบริการที่เหมาะสมที่จะกลับมาใช้บริการในรูปแบบเดิมอีกครั้ง” ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อมีภาพรวมความพึงพอใจค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ “การบริการมีความคุ้มค่าที่จะใช้ในการบอกต่อแก่ผู้อื่นโดยตรง” รองลงมาได้แก่ “สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับอย่างตรงไปตรงมาได้เมื่อมีผู้มาสอบถาม” และ “การบริการการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปรีวิวเพื่อแสดงให้เห็นคุณภาพที่ได้รับแก่ผู้อื่นในช่องทางต่าง ๆ” ตามลำดับ ภาพรวมความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีภาพรวมความพึงพอใจค่อนข้างสูง โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ “การกลับมาเที่ยวซ้ำ” ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้คือ คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยดำเนินการใช้สถิติ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s correlation coefficient) รวมทั้งใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression) ในการหาค่าความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปร เพื่อใช้พยากรณ์ที่มีอิทธิพลปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้ดังต่อไปนี้

สมมติฐาน 1 คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

อิทธิพลของคุณภาพการบริการ	การให้บริการตรงตามความต้องการ	การบริการที่ทั่วถึง	การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี	การอำนวยความสะดวกในการบริการ	การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา	การกลับมาเที่ยวซ้ำ
การให้บริการตรงตามความต้องการ	1	.880	.673	.576	.593	.810
การบริการที่ทั่วถึง		1	.809	.781	.709	.747
การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี			1	.882	.752	.706
การอำนวยความสะดวก				1	.791	.536

ในการบริการ						
การให้การช่วยเหลือและ การแก้ปัญหา					1	.590
การกลับมาเที่ยวซ้ำ						1

จากตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยการให้บริการตรงตามความต้องการ มีความสัมพันธ์กัน .810 การบริการที่ทั่วถึง มีความสัมพันธ์กัน .747 การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี มีความสัมพันธ์กัน .706 การอำนวยความสะดวกในการบริการ มีความสัมพันธ์กัน .536 การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา มีความสัมพันธ์กัน .590 แสดงว่าตัวแปรคุณภาพการบริการทุกด้านมีอิทธิพลในระดับสูงต่อคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. error	Beta		
(ค่าคงที่)	.311	.116		2.689	.007*
การให้บริการตรงตามความต้องการ	.578	.059	.591	9.825	.000*
การบริการที่ทั่วถึง	-.025	.074	-.026	-.337	.736
การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี	.596	.062	.587	9.585	.000*
การอำนวยความสะดวกในการบริการ	-.370	.059	-.418	-6.271	.000*
การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา	.137	.041	.147	3.336	.001*

R = .858, R² = .737, Adjust R² = .733, F = 220.511, P of F = .000*

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์อิทธิพลของคุณภาพการบริการพบว่าตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปรที่มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 หรือสามารถร่วมพยากรณ์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่า

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการ มีค่า Beta = 0.591 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการ 1 หน่วยจะสามารถ

สร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ 0.591 หน่วย

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี มีค่า Beta = 0.587 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดีมีความสัมพันธ์ทางตรงกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี 1 หน่วยจะสามารถสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ 0.587 หน่วย

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการอำนวยความสะดวกในการบริการ มีค่า Beta = - 0.418 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการอำนวยความสะดวกในการบริการมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการอำนวยความสะดวกในการบริการ 1 หน่วยจะลดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ 0.418 หน่วย

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา มีค่า Beta = 0.147 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหามีความสัมพันธ์ทางตรงกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา 1 หน่วยจะสามารถสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ 0.147 หน่วย

ทั้งนี้ปัจจัยทั้ง 4 ด้านสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำได้ร้อยละ 73.7 ($R^2 = .737$) โดยสามารถนำตัวแปรทั้งหมดมาพยากรณ์ผ่านการเขียนสมการถดถอยพหุคูณได้ดังต่อไปนี้

$$Y = .311 + .578 + .596 - .370 + .137$$

สมการรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้แก่

$$Z = .591 + .587 - .418 + .147$$

จากสมการพยากรณ์ตัวแปรคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุดคือการให้บริการตรงตามความ

ต้องการ รองลงมาคือ การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี และการให้การช่วยเหลือ การแก้ปัญหา และการอำนวยความสะดวกในการบริการ ตามลำดับ

สมมติฐาน 2 คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ

อิทธิพลของคุณภาพการบริการ	การให้บริการตรงตามความต้องการ	การบริการที่ทั่วถึง	การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี	การอำนวยความสะดวกในการบริการ	การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา	การบอกต่อ
การให้บริการตรงตามความต้องการ	1	.880	.673	.576	.593	.871
การบริการที่ทั่วถึง		1	.809	.781	.709	.765
การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี			1	.882	.752	.612
การอำนวยความสะดวกในการบริการ				1	.791	.517
การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา					1	.496
การบอกต่อ						1

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ โดยการให้บริการตรงตามความต้องการ มีความสัมพันธ์กัน .871 การบริการที่ทั่วถึง มีความสัมพันธ์กัน .765 การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี มีความสัมพันธ์กัน .612 การอำนวยความสะดวกในการบริการ มีความสัมพันธ์กัน .517 การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา มีความสัมพันธ์กัน .496 แสดงว่าตัวแปรคุณภาพการบริการ 4 ด้านประกอบไปด้วย การให้บริการตรงตามความต้องการ การบริการที่ทั่วถึง การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี และการอำนวยความสะดวกในการบริการ มีอิทธิพลในระดับสูงต่อคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ ในขณะที่ตัวแปรการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหาอิทธิพลในระดับปานกลางต่อคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อิทธิพลของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. error	Beta		
(ค่าคงที่)	.617	.109		5.680	.000*
การให้บริการตรงตามความต้องการ	.874	.055	.904	15.834	.000*
การบริการที่ทั่วถึง	-.075	.069	-.079	-1.083	.279
การสร้างบรรยากาศในการบริการที่ดี	.096	.058	.095	1.636	.103
การอำนวยความสะดวกในการบริการ	.042	.055	.048	.766	.444
การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา	-.086	.039	-.093	-2.231	.026*

R = .874, R² = .763, Adjust R² = .760, F = 253.800, P of F = .000*

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าเมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์อิทธิพลของตัวแปรคุณภาพการบริการพบว่าตัวแปรทั้งหมด 2 ตัวแปรที่มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 หรือสามารถรวมพยากรณ์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพบว่า

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการ มีค่า Beta = 0.904 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการให้บริการตรงตามความต้องการ 1 หน่วยจะสามารถสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ 0.904 หน่วย

อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา มีค่า Beta = -0.093 หมายความว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหามีความสัมพันธ์แบบผกผันกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ โดยเมื่อหากมีการดำเนินการเพิ่มคุณภาพการบริการด้านการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา 1 หน่วยจะลดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ 0.093 หน่วย

ทั้งนี้ปัจจัยทั้ง 2 ด้านสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อได้ร้อยละ 76.3 (R² = .763) โดยสามารถนำตัวแปรทั้งหมดมาพยากรณ์ผ่านการเขียนสมการถดถอยพหุคูณได้ดังต่อไปนี้

$$Y = .617 + .874 - .086$$

สมการรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้แก่

$$Z = .904 - .093$$

จากสมการพยากรณ์ตัวแปรคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อมากที่สุดคือการให้บริการตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ การให้การช่วยเหลือ การแก้ปัญหา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัยเรื่องการศึกษาองค์ประกอบการดำเนินธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ในการวิจัยมาใช้เป็นประเด็นกำหนดการอภิปรายผลดังต่อไปนี้

เพื่อศึกษาองค์ประกอบการดำเนินธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรด้านการให้บริการตรงตามความต้องการกับด้านการให้การช่วยเหลือ การแก้ปัญหา จากผลการศึกษาพบว่ามีความ Sig. ต่ำกว่า 0.05 หมายความว่าทั้งสองตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ทั้งสองด้าน แสดงให้เห็นว่าแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นเรื่องของการจัดการบริการให้ตรงตามความต้องการ และการให้การช่วยเหลือการแก้ไขปัญหาแก่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนสำคัญในการประเมินและการตัดสินใจแก่นักท่องเที่ยวสะท้อนกลับมาเป็นความพึงพอใจ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsoonthornwong (2020) ในประเด็นของคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมจะช่วยให้เกิดความพึงพอใจที่จะบอกต่อคุณภาพบริการดังกล่าวแก่ผู้อื่น โดยประเด็นที่สอดคล้องเป็นลักษณะของการจัดหาบริการตามที่ผู้ใช้บริการต้องการอย่างเหมาะสมจนนำไปสู่ความพึงพอใจเช่นเดียวกัน เช่นเดียวกับในงานวิจัยของ Tuntipunwadee (2022) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือผู้มาใช้บริการจะสร้างความประทับใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยประเด็นดังกล่าวมาจากความพยายามในการนำเสนอการแก้ไขปัญหาแก่ผู้มาใช้บริการซึ่งสะท้อนถึงความเอาใจใส่และนำไปสู่การประเมินความพึงพอใจเช่นเดียวกับในผลการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังมีความสอดคล้องกับในงานวิจัยของ Opaspinit, Ngaoprasertwong & Chailert (2022) ที่พบว่า การให้บริการที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ตามความต้องการของลูกค้าจะช่วยสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ จากผลการวิจัยและความสอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าตัวแปรด้านการให้บริการตรงตามความต้องการกับด้านการให้การช่วยเหลือ การแก้ปัญหา มี

ความสอดคล้องกันในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในเชิงรุกและเชิงรับ ที่มีพื้นฐานของความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้งทำให้การดำเนินการในส่วนต่าง ๆ ที่ตอบสนองได้ดีทั้งจากการจัดเตรียมได้ตรงกับความต้องการและการที่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงตามความต้องการจะมีการสร้างความพึงพอใจได้มากกว่าตัวแปรด้านอื่น ๆ

จากผลการวิจัยพบว่าการอำนวยความสะดวกในการบริการ มีความสัมพันธ์ผกผันกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นผลมาจากค่า Beta เป็นลบทำให้ทิศทางความสัมพันธ์ของปัจจัยเป็นไปในทางตรงกันข้าม ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maneesong & Tantiprapa (2018) ที่พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการจะส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำเช่นเดียวกัน ในขณะที่การให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหา มีความสัมพันธ์ผกผันกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ด้านการบอกต่อ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hyokun & Heepsap (2018) ที่พบว่าแนวทางในการบอกต่อเพื่อต่อยอดไปยังผู้ท่องเที่ยวรายอื่นจะได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์อย่างการช่วยเหลือระหว่างการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ความสอดคล้องดังกล่าวคาดการณ์ได้ว่าการให้การช่วยเหลือในแง่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัดหรือไม่เป็นส่วนตัวหากไม่ได้มีการร้องขอแม้ว่าจะเป็นกระบวนการที่ประสงค์ ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงควรมีพิจารณาแนวทางในการอำนวยความสะดวกผู้มาใช้บริการโดยคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าการอำนวยความสะดวกในการบริการ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ผกผันกับความพึงพอใจซึ่งสะท้อนออกมาได้ว่ากลุ่มเป้าหมายในครั้งนี้เป็นชาวต่างชาติซึ่งอาจต้องการความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ โดยเมื่อเทียบกับตัวแปรด้านการให้บริการตรงตามความต้องการกับด้านการให้การช่วยเหลือ การแก้ปัญหาที่มีอิทธิพลสะท้อนว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะต้องการความช่วยเหลือเมื่อร้องขอ และมีรายละเอียดที่ต้องการตั้งแต่การจองที่พักแต่แรกดังนั้นผู้ให้บริการเพียงแค่จัดบริการให้เหมาะสม และเตรียมตัวเพื่อรับมือกับปัญหาหรือข้อเรียกร้องเมื่อมีการร้องขอ โดยไม่ต้องเข้าไปกระทำการใด ๆ มากจนเกินไปที่อาจทำให้เกิดความรำคาญได้ จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกใจในการให้บริการมากกว่า

2. จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าแนวทางในการให้การช่วยเหลือและการแก้ปัญหาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ผกผันกับความพึงพอใจซึ่งสะท้อนออกมาได้ว่าแนวทางในการให้ความช่วยเหลือเป็นพื้นฐานสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อม โดยเมื่อพิจารณาจากลักษณะความสัมพันธ์ผกผันแสดงว่าการให้การช่วยเหลือจะต้องรอจากฝั่งนักท่องเที่ยวร้องขอ และสามารถดำเนินการให้เหมาะสมตามสิ่งที่ร้องขอเพื่อสร้างความประทับใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยพบว่าระหว่างการศึกษาตัวแปรคุณภาพการให้บริการยังมีตัวเลือกหลายปัจจัยที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ และยังสามารถประยุกต์ไปสู่รูปแบบการทำวิจัยเชิงคุณภาพได้ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะใช้ในการต่อยอดในการศึกษาครั้งนี้ต่อไปสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อจากงานวิจัยครั้งนี้

References

- Chaicumjun, P. (2021). *The Service Quality of Ban Bueng Municipality Chonburi province*. Independence Study Burapha University.
- Chairat, Y. (2021). *People's satisfaction with the services provided by Nong Samrong Municipality, Mueang District, Udon Thani Province Fiscal year 2021*. Research Paper Sukhothai Thammathirat University.
- Chiang Mai Province office. (2023). *Chiang Mai Provincial Development Plan (2018 - 2022), Review edition for the year 2022.*, Chiang Mai: Chiang Mai Province office.
- Economics Tourism and Sports Division. (2023). *Statistics report on the number of tourists in Thailand in 2021*. Bangkok: Economics Tourism and Sports Division.
- Hyokun, M. & Heepsap, H. (2018). Tourist experience quality and loyalty to island tourism destinations: A case study of the impact of destination image. *Journal of travel and tourism marketing*, 36(1), 43 – 59.
- Ling, Z. (2018). *Life Style, Destination Trust, Destination Personality, Destination Image, and Destination Attachment Affecting Decision to Visit Bangkok of Chinese Tourists*. Independence Study Bangkok University.
- Maneesong, O. & Tantiprapa, P. (2018). The Satisfaction on Marketing Atmosphere of Long Stay Visitors towards Intention to Revisit in Chiang Mai Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 14(1), 1 - 18.
- Nitiprapa, N. (2021). *Analysis of the MSME situation in the tourism business sector in 2021 and trends in 2022*. Bangkok: Office of Small and Medium Enterprise Promotion.
- Opaspinit, P., Ngaoprasertwong, S. & Chailert, B. (2022). The factors affecting Thai tourists' satisfaction on service qualities of hotels in Cha-am, Phetchaburi Province. *The 13th Hatyai National and International Conference*.
- Phomjeen, J. (2021). *The Relationship of Tourism Attraction Potential and Thailand's Tourist Satisfy in Nam Tok Chet Sao Noi National Park, Saraburi Province*. Thesis Silpakorn University.
- Siljaru, T. (2020). *Statistical data research and analysis with SPSS and AMOS. 18 th*. Nonthaburi: S. R. Printing Mass Product.

- Songsoonthornwong, C. (2020). *The Influence of Service Quality, Potential of Attractions and Travel Motivations on the Value of Travel Experience of Thai Senior Tourists*. Thesis Silpakorn University.
- Song, K. (2017). *Food quality, service quality, physical environment, and health concern affecting Chinese tourists' decision to choose Thai restaurant services in Bangkok*. Independence Study Bangkok University.
- Suphathanachotipong, V. (2020). *Quality of Service That Affects the Intention of customer to Repurchase Bank of Ayudhya public company limited case study of Bangkok Metropolitan Area, Region 203*. Thesis Silpakorn University.
- Tangtenglam, S. (2019). *Factors affecting exposure to travel information second tier and third tier Chinese tourists travelling to Thailand*. Doctoral dissertation Mae Jo University.
- Tuntipunwadee, T. (2022). *Factors affecting satisfaction and the intention to return to visit again of tourists who choose to travel to Phuket during the COVID-19 outbreak*. Independence Study Mahidol University.
- Wei, Z. (2020). *A Study of Motivation and Satisfaction of Chinese Tourists' Watching Transgender Show in Pattaya, Chonburi Province*. Independence Study Bangkok University.