

นวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน

INNOVATION AND SERVICE MARKETING MIX AFFECTING DECISION MAKING TO USE HOMESTAY SERVICES IN LIUZHOU CITY, GUANGXI PROVINCE, CHINA

¹Shi Ying และ ²ธนกร สิริสุคันธา

¹Shi Ying and ²Thanakorn Sirisugandha

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Received: 2025-01-22

¹Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Thailand

Revised: 2025-03-02

¹Corresponding Author's Email: 573135458@qq.com

Accepted: 2025-02-27

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านนวัตกรรม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน จำนวน 385 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของด้านนวัตกรรมต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และ 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter พบว่า ด้านนวัตกรรมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: นวัตกรรม; ส่วนประสมทางการตลาดบริการ; การตัดสินใจ; โฮมสเตย์

Abstract

The study aims to: 1) examine opinions regarding innovation, service marketing mix, and the decision to use homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China, and 2) investigate the factors of innovation and service marketing mix that influence the decision to use homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China. The sample consists of 385 tourists who have previously used homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China. The research employed a survey method, with a questionnaire as the research instrument. The data were analyzed using descriptive statistics such as percentages, mean values, and

standard deviation, as well as inferential statistics for multiple regression analysis using the Enter method.

The findings of the study revealed that: 1) opinions regarding innovation had the most significant impact on the decision to use homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China, followed by the service marketing mix, which also had a significant impact at a high level, and 2) the multiple regression analysis results showed that innovation had a statistically significant effect on the decision to use homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China, at the .05 level, as did the service marketing mix, which also had a statistically significant effect on the decision to use homestay services in Liuzhou City, Guangxi Province, China, at the .05 level.

Keywords: Innovation; Service Marketing Mix; Decision-Making; Homestay

บทนำ

ในยุคของการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ การบริการโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวได้กลายเป็นจุดยอดนิยมใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลจีนและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในกว่างซีได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโฮมสเตย์ในเชิงท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งแสดงในการออกเอกสารนโยบายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาโฮมสเตย์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการพัฒนาของอุตสาหกรรมโฮมสเตย์ มณฑลกว่างซีได้ออก "แผนพัฒนาโฮมสเตย์สำหรับการท่องเที่ยวกว่างซี (2020-2025)" ภายในปี พ.ศ. 2568 จำนวนโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้คาดว่าจะเพิ่มขึ้นมากถึง 3,000 แห่ง และโฮมสเตย์จะต้อนรับนักท่องเที่ยวมากกว่า 10 ล้านคน โดยมีการบริโภคมากกว่า 6,000 ล้านหยวน โฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวได้กลายเป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญสำหรับการก่อสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและเป็นจุดเด่นและจุดเติบโตใหม่สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจในเมืองและชนบท การพัฒนาโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวมีความสำคัญเชิงบวกต่อการเพิ่มคุณค่าให้กับรูปแบบที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวของมณฑลกว่างซี ประเทศจีน ส่งเสริมการปกป้องและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิม การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในเมืองและชนบท ส่งเสริมการฟื้นฟูชนบท และส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลกว่างซี นอกจากนี้ ยังมีโฮมสเตย์ประมาณ 34 แห่งในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน โดยทั่วไปแล้วจำนวนห้องพักในโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปมีขนาดเล็ก และยังคงมีความหลากหลายในตลาดโฮมสเตย์ โดยมีแนวโน้มการกระจายความหลากหลาย โดยปัญหาของโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว ประเทศจีนพบว่า โฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว เผชิญกับปัญหาหลายประการ เช่น ข้อจำกัดด้านการตลาด โฮมสเตย์ยังขาดความเชี่ยวชาญในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการโปรโมท กระจายความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโฮมสเตย์ เพื่อรองรับความผันผวนของตลาด โดยผู้ประกอบการบางรายขาดการนำเสนอประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น (China Business Intelligence Network, 2023, Online)

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้กลายเป็นกระแสนิยมที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะในประเทศจีนซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ เมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นผ่านการเข้าพักใน

โฮมสเตย์ โฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจวมีการแบ่งระดับ 4 ระดับ เพื่อรองรับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ดังนี้ 1. โฮมสเตย์ระดับพื้นฐาน มักตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทหรือหมู่บ้านเล็ก ๆ ให้ประสบการณ์ที่แท้จริงของชีวิตท้องถิ่น ที่พักเรียบง่ายและอาจขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย แต่เน้นการดื่มด่ำกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง 2. โฮมสเตย์ระดับมาตรฐาน มีที่พักที่สะดวกสบายมากขึ้น พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องพักที่สะอาด ห้องน้ำส่วนตัว และบางครั้งมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตพบได้ทั่วไปทั้งในเมืองและชนบท 3. โฮมสเตย์ระดับพรีเมียม มักตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากขึ้น มีความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกสูงขึ้น เช่น เครื่องปรับอากาศ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และบริการเสริม เช่น การท่องเที่ยวพร้อมไกด์ 4. โฮมสเตย์ระดับหรูหรามีที่พักน้อยแต่มีอยู่ในพื้นที่ที่มีวิวทัศนียภาพหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีที่พักหรูหราเปรียบเทียบกับโรงแรมหรู รวมถึงอาหารгурเมต์ ห้องพักที่ตกแต่งอย่างสวยงาม และบริการเสริม เช่น ไกด์ส่วนตัวหรือทัวร์พิเศษ นอกจากนี้ โฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจวมณฑลกว่างซี ประเทศจีน มีการพัฒนานวัตกรรมเกี่ยวกับที่น่าสนใจหลายด้าน โดยเฉพาะการพัฒนาภายใต้โครงการ "Forest City" ของ Stefano Boeri Architetti โครงการนี้เป็นการพัฒนาเมืองที่ครอบคลุมไปด้วยพืชพรรณและต้นไม้จำนวนมาก มีการออกแบบให้เมืองสามารถดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 10,000 ตันต่อปี และผลิตออกซิเจนได้ประมาณ 900 ตันต่อปี ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ช่วยลดปัญหามลพิษทางอากาศและสร้างความหลากหลายทางชีวภาพในเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีการเชื่อมต่อโฮมสเตย์กับระบบขนส่งที่มีรถไฟฟ้าและการเชื่อมต่อทางรถไฟความเร็วสูง โฮมสเตย์ในโครงการนี้มีการใช้พลังงานหมุนเวียนจากแผงโซลาร์เซลล์และพลังงานความร้อนใต้พิภพ ซึ่งทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในด้านพลังงานได้อย่างเต็มที่ โฮมสเตย์ยังถูกออกแบบให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจที่ผสมผสานกับธรรมชาติ (Topchinatravel, 2023, Online)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2566 มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายปี ดังนี้ ในปี พ.ศ. 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเมืองหลัวโจวอยู่ที่ประมาณ 5.65 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ต่อมาปี พ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 5.56 ล้านคน ลดลงจากปี พ.ศ. 2564 เล็กน้อย เนื่องจากภายในประเทศจีนยังผลกระทบของการระบาดของโควิด-19 และในปี พ.ศ. 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ในช่วงเทศกาลฤดูใบไม้ผลิ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาถึง 6.03 ล้านคนในช่วงเทศกาล เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.73 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 และรวมรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 4.3 พันล้านหยวน (Liuzhou Municipal Statistics Office, 2024)

ในเทศกาลฤดูใบไม้ผลิปี ประมาณเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมา เมืองหลัวโจวได้รับการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ข้อมูลจากสำนักงานวัฒนธรรม, วิทยุ, โทรทัศน์ และการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองหลัวโจว ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมเมืองหลัวโจวนับรวมกันได้ถึง 6.0397 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 41.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2566 การเติบโตนี้ส่งผลให้รายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวของเมืองหลัวโจวเพิ่มขึ้น โดยมูลค่ารวมรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไปถึง 4.302 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2566 จากการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าจำนวนโรงแรมและที่พักในเมืองหลัวโจวในช่วงเทศกาลฤดูใบไม้ผลิ มีอัตราการเข้าพักสูงถึงร้อยละ 85.78 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2566 เป็นสัญญาณที่ชัดเจนเกี่ยวกับความนิยมและการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองหลัวโจว นอกจากนี้ การสำรวจสภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองหลัวโจว พบว่าเมืองหลัวโจวมีความปลอดภัยสูงและไม่มีอุบัติเหตุร้ายแรงในช่วงเทศกาล ทำให้ตลาดท่องเที่ยวของหลัวโจวเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจาก

นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ด้วยบรรยากาศที่เป็นมิตรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมทั้งเมือง (Liuzhou City Culture, Radio, Television and Tourism Office, 2024)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเบื้องต้น ทำให้เห็นว่าการพัฒนาโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน มีความสำคัญอย่างมากต่อการเพิ่มคุณค่าให้กับรูปแบบที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังส่งเสริมการฟื้นฟูชนบทและการพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน อีกทั้งยังเป็นการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและสร้างจุดเด่นสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจในเมืองและชนบทในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน จากเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการที่จะศึกษานวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน จะมุ่งศึกษาแนวทางการใช้นวัตกรรม ส่วนประสมทางการตลาดบริการและกลยุทธ์ที่ส่งผลสำหรับการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันและอนาคตที่กำลังจะมาถึง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านนวัตกรรม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีนซึ่งวิธีการดำเนินงานศึกษาประกอบด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชากรได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ โดยผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนผู้ร่วมเข้าพักโฮมสเตย์ จำนวนวันเข้าพักโฮมสเตย์ ราคาค่าเข้าพักโฮมสเตย์ต่อคืน ช่องทางการจองห้องพัก / บริการโฮมสเตย์ ชื่อโฮมสเตย์ที่เข้าพัก ภูมิลำเนา ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน เพื่อวัดระดับความคิดเห็นลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ประยุกต์ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1970)
3. การรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลิวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

4.2 การวิเคราะห์นวัตกรรมการและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน ซึ่งผู้ศึกษาใช้สถิติอนุมาน (inferential statistic) เพื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยเทคนิค Enter Selection เพื่อนำเสนอข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านนวัตกรรมของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน

(n=385)

ด้านนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. โฮมสเตย์มีสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลัวโจว ก่อนตัดสินใจ	4.56	0.808	มากที่สุด
2. โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจองห้องพัก	4.64	0.685	มากที่สุด
3. โฮมสเตย์มีระบบการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแชทบอท (Chatbot) ที่สามารถตอบสนองคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการโฮมสเตย์ได้อย่างรวดเร็ว	4.20	0.999	มาก
4. โฮมสเตย์มีการนำเสนอกิจกรรมหรือบริการเสริมให้แก่ผู้เข้าพัก ผ่านการใช้เทคโนโลยี	4.48	0.872	มากที่สุด
5. โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ที่สามารถให้ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย	4.65	0.700	มากที่สุด
6. โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	4.61	0.767	มากที่สุด
7. โฮมสเตย์มีการนำเสนอบริการหรือกิจกรรมที่เหมาะสม โดยมีการวิเคราะห์จากวัยหรืออายุของท่าน และผู้ที่เข้าพักโฮมสเตย์	4.53	0.790	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.52	0.646	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนวัตกรรมของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านนวัตกรรมของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกวางซี ประเทศจีน ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.646 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ที่สามารถให้ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.700 รองลงมาคือ โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.685 โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.767 โฮมสเตย์มีสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลัวโจว ก่อนตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.808 โฮมสเตย์มีการนำเสนอบริการหรือกิจกรรมที่เหมาะสม โดยมีการวิเคราะห์จากวัยหรืออายุของท่าน และผู้ที่เข้าพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790 โฮมสเตย์มีการนำเสนอกิจกรรมหรือบริการเสริมให้แก่ผู้เข้าพัก ผ่านการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.872 และโฮมสเตย์มีระบบการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแชทบอท (Chatbot) ที่สามารถตอบสนองคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการ โฮมสเตย์ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.999 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

(n=385)

ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านชื่นชอบบ้านพัก/อาคาร โฮมสเตย์	4.48	0.878	มากที่สุด
2. โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการมีการกำหนดราคาที่เป็นธรรม	4.43	0.827	มากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.53	0.835	มากที่สุด
4. สิทธิประโยชน์หรือส่วนลดมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์	4.45	0.900	มากที่สุด
5. ท่านชื่นชอบการให้บริการในการติดต่อสอบถามหรือการให้บริการอื่น ๆ ของบุคลากรโฮมสเตย์	4.37	0.854	มากที่สุด
6. โฮมสเตย์มีกระบวนการในการให้บริการที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตามความต้องการของท่าน	4.39	0.804	มากที่สุด
7. โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้ที่มาใช้บริการเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการบริการ	4.38	0.980	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43	0.754	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีนในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.754 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.835 รองลงมา คือ ท่านชื่นชอบบ้านพัก/อาคาร โฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.878 สิทธิประโยชน์หรือ

ส่วนลดมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.900 โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการมีการกำหนดราคาที่เป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.827 โฮมสเตย์มีกระบวนการในการให้บริการที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.804 โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.980 และท่านชื่นชอบการให้บริการในการติดต่อสอบถามหรือการให้บริการอื่น ๆ ของบุคลากรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.854 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

ด้านการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกสบายในการจองและเช็คอินออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์	4.64	0.677	มากที่สุด
2. ความสะดวกสบายในการชำระเงินบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์	4.41	0.841	มากที่สุด
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดอันดับและรีวิวของโฮมสเตย์บนเว็บไซต์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์	4.55	0.763	มากที่สุด
4. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์บริการโฮมสเตย์ผ่านช่องทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์	4.40	0.930	มากที่สุด
5. การติดต่อสื่อสารข้อมูลกับพนักงานโฮมสเตย์ผ่านช่องทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์	4.49	0.747	มากที่สุด
6. ส่วนประสมทางการตลาดบริการของโฮมสเตย์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์	4.58	0.742	มากที่สุด
7. นวัตกรรมในบริการโฮมสเตย์ส่งผลต่อความประทับใจและการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์	4.51	0.820	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.672	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.672 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความสะดวกสบายในการจองและเช็คอินออนไลน์มีผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.677 รองลงมา ส่วนประสมทาง การตลาดบริการของโฮมสเตย์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.742 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดอันดับและรีวิวของโฮมสเตย์บนเว็บไซต์ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.763 นวัตกรรมในบริการ โฮมสเตย์ส่งผลต่อความประทับใจและการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.820 การติดต่อสื่อสารข้อมูลกับพนักงานโฮมสเตย์ผ่านช่องทางออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจของ ท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.747 ความสะดวกสบาย ในการชำระเงินบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.841 และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์บริการโฮมสเตย์ผ่านช่องทางออนไลน์มีผลต่อ การตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.930 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้วัฒนธรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

ตัวแปร อิสระ	การตัดสินใจ					Variance Inflation Factor VIF
	B	SE	β	t	P-value	
ค่าคงที่ (a)	2.855	0.288		9.923	0.000**	
นวัตกรรม	0.185	0.051	0.178	3.601	0.000**	1.013
ส่วนประสมทาง การตลาด บริการ	0.185	0.044	0.208	4.210	0.000**	1.013
F = 17.304		p-value = 0.000 ^b		AdjustR ² = 0.783		R ² = 0.830

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 ค่าการรับรู้วัฒนธรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน

จากตารางที่ 4 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้านนวัตกรรม ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยมีการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน เป็นตัวแปรตามและมีการทดสอบโดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปร มีค่าเท่ากับ 1.013 และ 1.013 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Miles and Shevlin, 2001)

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวแปร คือ ด้านนวัตกรรม ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

ผลการทดสอบการถดถอยพหุคูณโดยวิธี Enter พบว่า ด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน มากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ 0.051 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ 0.718 โดยผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ให้ความสำคัญในประเด็น โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยที่สามารถให้ผู้ให้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย รองลงมาคือ โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจองห้องพัก ตามลำดับ รองลงมาคือ ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ 0.044 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานที่ 0.208 โดยผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ให้ความสำคัญในประเด็น ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ท่านชื่นชอบบ้านพัก/อาคาร โฮมสเตย์ ตามลำดับ จากผลดังกล่าว สามารถทำนายการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ได้ร้อยละ 83.0

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นด้านนวัตกรรม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 และมีการทดสอบค่า t เท่ากับ 3.601 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยที่สามารถให้ผู้ให้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.700 รองลงมาคือ โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.685 โฮมสเตย์มีการใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.767 โฮมสเตย์มีสารสนเทศ ทำให้ทราบถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลัวโจว ก่อนตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.808 โฮมสเตย์มีการนำเสนอบริการหรือกิจกรรมที่เหมาะสม โดยมีการวิเคราะห์จากวัยหรืออายุของท่าน และผู้ที่เข้าพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790 โฮมสเตย์มีการนำเสนอกิจกรรมหรือบริการเสริมให้แก่ผู้เข้าพักผ่านการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.872 และโฮมสเตย์มีระบบการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแชทบอท (Chatbot) ที่สามารถตอบสนองคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการโฮมสเตย์ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.999 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 และมีการทดสอบค่า t เท่ากับ 4.210 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 754 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.835 รองลงมา คือ ท่านชื่นชอบบ้านพัก/อาคาร โฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.878 สิทธิประโยชน์หรือส่วนลดมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.900 โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการมีการกำหนดราคาที่เป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

0.827 โฮมสเตย์มีกระบวนการในการให้บริการที่มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตามความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.804 โฮมสเตย์ที่ท่านใช้บริการยินดีรับฟังคำแนะนำจากผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.980 และท่านชื่นชอบการให้บริการในการติดต่อสอบถามหรือการให้บริการอื่น ๆ ของบุคลากรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.854 ตามลำดับ

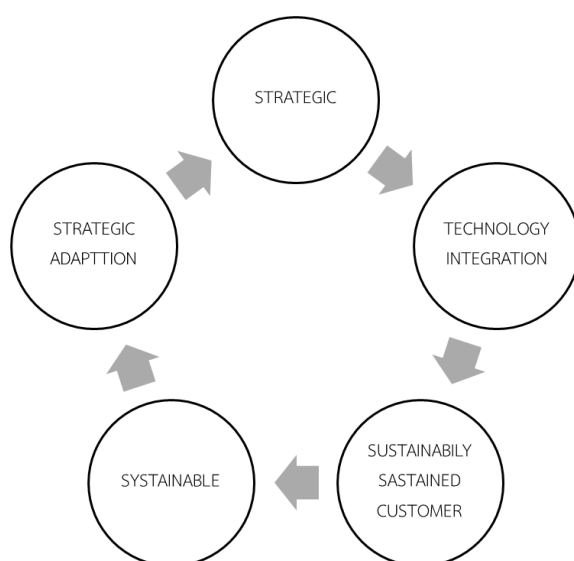
องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้จากผู้วิจัย คือ การวิจัยนี้มีคุณค่ามากในด้านการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การตลาด และการสร้างความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว ดังนี้

1. บทบาทของนวัตกรรมดิจิทัลในการสร้างความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า การนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน ระบบจองห้องพักออนไลน์ที่ทันสมัย และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ช่วยสร้างความสะดวกและเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลวง

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในมิติต่าง ๆ ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และราคาที่เหมาะสม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ นอกจากนี้ การมอบสิทธิประโยชน์และการบริการที่รวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาคุณภาพบริการตามคำแนะนำของลูกค้า ยังช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อบริการโฮมสเตย์

3. ความสำคัญของการปรับตัวเชิงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนในตลาดโฮมสเตย์ โฮมสเตย์ควรมุ่งเน้นการปรับปรุงบริการให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วย เช่น การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือการใช้ Chatbot เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบคำถามและให้คำแนะนำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและรักษาลูกค้าในระยะยาว



รูปภาพที่ 1 การปรับตัวเชิงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนในธุรกิจโฮมสเตย์

อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาพบว่าประเด็นที่ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ที่สามารถให้ผู้ให้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของนวัตกรรมดิจิทัลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของNeely (2001) ที่นำเสนอว่านวัตกรรมคือการที่บุคคลได้นำเอาความรู้ ความคิด วิธีการหรือสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ปรับปรุงการประกอบอาชีพหรือการดำรงชีวิตให้ดียิ่งขึ้น เป็นเพราะความสะดวกในการชำระเงินผ่านช่องทางระบบดิจิทัล หรือผ่านแอปพลิเคชันซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สำคัญสำหรับการดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khawwiset, Supaphon, and Duangsap,(2021)ได้ศึกษาเรื่องนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมชั้นนำธานี พบว่าปัจจัยนวัตกรรมบริการ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมชั้นนำธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอำนาจการทำนาย ร้อยละ 59.10 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พัก ซึ่งเป็นแนวโน้มเดียวกับผลการศึกษาที่พบว่า นวัตกรรมด้านการชำระเงินดิจิทัลสามารถเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phakwatanchai (2021) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการจองห้องพักและบริการ ธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาน้ำตกตายายโฮมสเตย์ พบว่า ระบบจองห้องพัก การเช็คอิน-เช็คเอาท์ และการชำระเงินผ่าน QR-code มีประสิทธิภาพสูงในทุกด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพของระบบ ความปลอดภัยของข้อมูล ฟังก์ชันการทำงาน ตรงตามความต้องการ และความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของลูกค้าให้เลือกใช้บริการโฮมสเตย์มากขึ้น ดังนั้น การที่โฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย จึงสามารถอธิบายได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยเชิงนวัตกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้ให้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ 0.185 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาพบว่าประเด็นที่ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการที่โฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller, (2016) ที่นำเสนอว่า การเลือกสถานที่ตั้งที่ดีและสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บริการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของลูกค้า การพิจารณาว่าสถานที่ตั้งของโฮมสเตย์นั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น Wi-Fi ฟรี อุปกรณ์ในห้องพักที่ทันสมัย และพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสม ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายและได้รับประสบการณ์ที่ดีในการเข้าพัก นอกจากนี้ การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นยังช่วยสร้างความประทับใจและเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ โดยลูกค้ามีแนวโน้มที่จะแชร์ประสบการณ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้และดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ให้กับโฮมสเตย์มากขึ้น อีกทั้ง ทำเลที่ตั้งที่ดี เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรืออยู่ในพื้นที่ที่เดินทางสะดวก เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น โดยทั้งหมดนี้ส่งผลต่อการสร้างความคุ้มค่าให้กับลูกค้าและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Mongkolchantrakun (2021) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทในเขตจังหวัดตรัง พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท โดยลูกค้าคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้เป็นลำดับแรกในการพิจารณาทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ เช่น ความพึงพอใจและความคุ้มค่า ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญคล้ายคลึงกับผลวิจัยของส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน ที่ชี้ให้เห็นว่า ทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyarak (2022) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักเพื่อเวิร์กเคชัน ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจทำให้จำนวน 47 ปัจจัย ลดลงเหลือ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ทำเลที่ตั้งและสถานที่พัก (2) การสื่อสารและการให้บริการ (3) ความไว้วางใจ (4) นโยบายองค์กร และ (5) ราคาและค่าใช้จ่าย พบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักเพื่อเวิร์กเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักเพื่อเวิร์กเคชันมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้งและสถานที่พัก รองลงมาคือ

ความไว้วางใจ และนโยบายองค์กร ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลวิจัยของส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน พบว่า ทำเลที่ตั้งที่ดีและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยดึงดูดลูกค้าให้เลือกใช้บริการโฮมสเตย์ เนื่องจากช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าพักและทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบริการมากขึ้น

สรุป

นวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน สาเหตุของนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน คือ โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ที่สามารถให้ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย ความสะดวกในการชำระเงินผ่านช่องทางระบบดิจิทัล หรือผ่านแอปพลิเคชันซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สำคัญสำหรับการดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากขึ้น ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโฮมสเตย์ เช่น การเพิ่มระบบชำระเงินที่หลากหลายและรองรับหลายสกุลเงิน รวมถึงการสร้างประสบการณ์ใช้งานที่ง่ายและปลอดภัย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ในอนาคต และส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน คือ ทำเลตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเพราะการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าให้กับบริการโฮมสเตย์อย่างมาก การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น Wi-Fi ฟรี อุปกรณ์ในห้องพักที่ทันสมัย และพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสม ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายในระหว่างการเข้าพัก นอกจากนี้ การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ ซึ่งลูกค้ามีแนวโน้มที่จะบอกต่อหรือแชร์ประสบการณ์ในช่องทางต่าง ๆ การมีทำเลที่ตั้งที่ดี เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือใจกลางเมือง ช่วยให้การเดินทางสะดวกและทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าการเข้าพักราบรื่น แต่ยังเสริมสร้าง

ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับโฮมสเตย์และสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ อีกทั้งการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีและสถานที่ตั้งของโฮมสเตย์ที่สะดวกช่วยสร้างความคุ้มค่าในสายตาของลูกค้า เมื่อลูกค้ารู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีคุณภาพเกินความคาดหวัง ทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำให้ผู้อื่น การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ที่เหมาะสมจึงเป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มมูลค่าให้กับบริการในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน อันดับแรก คือ โฮมสเตย์มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย ที่สามารถให้ผู้ให้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ได้โดยง่าย ดังนั้น ควรที่จะมีการสนับสนุนการพัฒนาระบบชำระเงินให้ปลอดภัยและสะดวก โดยสร้างแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย มีการเสนอโปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษ เพื่อเพิ่มช่องทางการชำระเงิน มีการอบรมพนักงานเพื่อช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้า และมีการพัฒนา Chatbot เพื่อช่วยในการตอบคำถามหรือแนะนำบริการโฮมสเตย์ให้แก่ลูกค้า

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีน อันดับแรก คือ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์นี้ จากทำเลที่ตั้งของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ดังนั้น ควรมีการสนับสนุนการพัฒนาและปรับปรุงที่ทำให้ทำเลที่ตั้งให้มีความสะดวกสบายและเข้าถึงง่าย โดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์ เช่น ที่จอดรถ มีระบบขนส่งสาธารณะ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เพื่อให้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการศึกษาเรื่องนวัตกรรมและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว มณฑลกว่างซี ประเทศจีนในครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการในเมืองหลัวโจวเพียงแห่งเดียว จึงควรมีการขยายการศึกษาไปยังพื้นที่มณฑลอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและนำมาเปรียบเทียบกัน ควรเน้นการศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ซึ่งอาจช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ในระดับที่กว้างขึ้น

2.2 การศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจควรศึกษาคุณภาพการให้บริการโฮมสเตย์ในเมืองหลัวโจว เพราะการศึกษาในด้านนี้จะช่วยให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับ โดยเฉพาะในด้านต่าง ๆ เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การบริการของพนักงาน และความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการรับรู้ถึงความพึงพอใจของลูกค้า และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบริการให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้มากขึ้น

References

- China Business Intelligence Network. (2023). *Analysis of the current situation and development advantages of Guangxi's homestay tourism market in 2023*, from <https://www.163.com/dy/article/FGCCH1HU051481OF.html>
- Cochran, W.G. (1977). *Wiley: Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th edition). Shanghai: Shanghai People's Publishing House.
- Likert. (1970). *New Partterns of Management*. New York : McGraw-Hill.
- Liuzhou City Culture, Radio, Television and Tourism Office. (2024). *6.0397 million people, 4.302 billion yuan! This Spring Festival holiday, Liuzhou continues to be "hot and hot"*, from https://travel.sohu.com/a/758303386_121123705
- Liuzhou Municipal Statistics Office. (2024). *Domestic Tourists in Guangxi, Liuzhou*, from <https://www.ceicdata.com/en/china/domestic-tourist-prefecture-level-city/cn-domestic-tourist-guangxi-liuzhou>
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. SAGE Publications.
- Narumon Phakwatanchai. (2021). *Development of a room reservation and service management system for homestay businesses: A case study of Ta Yai Waterfall Homestay*. Faculty of Information Technology. Sripatum University.
- Neely, A., Adams, C., & Crowe, P. (2001). *The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success*. London: Financial Times/Prentice Hall.
- Pimporn Boonyarak. (2022). *Factors affecting the decision to choose accommodation for workcation among the population in the Bangkok area*. Thammasat University.
- Thanaphat Khawwiset, Soraya Supaphon, & Wanwadee Duangsap. (2021). *Service Innovation Factors and Service Quality Factors Affecting the Decision to Use Chainat Thani Hotel Services*. Faculty of Business Administration and Information Technology. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi.
- Thatchai Mongkolchantrakun. (2021). *Decision-Making and Behavior in Choosing Resort Services in Trang Province*. Faculty of Liberal Arts. Krirk University.
- Topchinatravel. (2023). *How to plan a trip to Liuzhou*, from <https://www.topchinatravel.com/liuzhou/how-to-plan-a-trip-to-liuzhou.htm>