

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Foreign Tourist's Decision to Select a Hostel in Bangkok

บุญนิตา แก้วกิริยา*

Boonnida Kaewkiriya

รุ่งอาทิตย์ บูชาอินทร์

Rungathit Buchain

มหาวิทยาลัยบูรพา

Burapha University

*13boonnida@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสัญชาติยุโรปมีอายุอยู่ในช่วง 25–35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน US \$1,501–2,000 และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ลักษณะโฮสเทลที่ต้องการเลือกพักเป็นแบบห้องพักเดี่ยว ห้องน้ำในตัว เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักระเภทโฮสเทล เพราะราคาประหยัดและการบริการที่เป็นกันเอง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือตัวเองมากที่สุด นิยมเดินทางมาพักผ่อนในช่วงฤดูร้อน โดยมีวิธีในการจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักโฮสเทลเป็นเวลา 2 วัน ปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเข้าพักโฮสเทลมากที่สุดคือ ด้านพนักงานให้บริการ และระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า รูปแบบของโฮสเทลที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ คือ Standard Hostel สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร คือ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะโฮสเทล เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักระเภทโฮสเทล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ : โฮสเทล พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Abstract

This study aims to explore personal and behavioral factors as well as marketing factors that influence foreign tourists' decision to select a hostel in Bangkok. The study applied a quantitative approach, using a questionnaire as the method for data collection. The population sample in the study consisted of 400 foreign tourists who stayed at a hostel in Bangkok. The results reveal that the majority of the participating foreign tourists are European males at the age between 25–35 years old, who hold a bachelor's degree, work as an employee in a private company and earn between 1,501–2,000 USD per month. The most common purpose of the travel to Thailand amongst these foreign tourists is for a leisure trip/relaxation, with the most preferred hostel characteristics being a private room en suite. The most common reason for choosing to stay at a hostel is a combination of low prices and friendly services. The foreign tourists involve only themselves when making a hostel selection decision, most often stay in a hostel during summer, and most often make a reservation on a website or via the internet. Most of these foreign tourists stay in a hostel for 2 days. The results also show that marketing factors that are most important for the participating foreign tourists when selecting a hostel are related to the services provided by the hostel staff. Most of the foreign tourists prefer a standard hostel. In conclusion, factors that influence foreign tourists' decision to select a hostel in Bangkok include age, education level, hostel characteristics, personal reasoning for choosing a hostel over other accommodation types, and marketing factors including accommodation and service factors, price factors, factors associated with service-providing processes, and physical factors.

Keywords : hostel, tourist behavior, marketing mix for service business

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (Somchai Liengpornpan, 2004)

อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ถือได้ว่ามีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับที่พักอาศัยคือ เรื่องของการบริการ ความสะอาดสบายและความปลอดภัย เป็นปัจจัยในการเลือกโรงแรมที่พักเพื่อให้ตรงกับความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณในการเดินทางที่จำกัดย่อมมีความต้องการเลือกใช้บริการโรงแรมที่พักที่มีราคาประหยัดและมีมาตรฐานที่ดี

ธุรกิจที่พักแบบประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวเริ่มมีขึ้นในประเทศไทย (Tanawut Supangkarat, 2009) ประมาณ พ.ศ. 2514 บนถนนข้าวสาร ตำบลบางลำพู และเริ่มกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวหลักในกรุงเทพฯ โดยจุดเด่นสำคัญของโฮสเทล คือ ราคาประหยัด บรรยากาศกันเอง การพบปะผู้คนและเน้นบริการตัวเองเป็นหลัก จากการบริการที่มีน้ำใจ มีความอบอุ่นเหมือนครอบครัวเดียวกันนี้เองจึงเป็นจุดที่ทำให้ธุรกิจที่พักแบบประหยัดหรือโฮสเทล เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูงขึ้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องค้นหาความแตกต่าง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของโรงแรมประเภทนี้คือนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนและนักท่องเที่ยวสะพายเป้ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 20 ทั่วโลกถือได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นกลุ่มตลาดที่มีการใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งสูง (Ministry of Tourism & Sport, 2016) ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนนี้ไม่ใช่นักท่องเที่ยวแบบประหยัดอีกต่อไป เนื่องจากแนวโน้มปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีระยะเวลา การเข้าพัก และค่าใช้จ่ายสูงมากขึ้น

ดังนั้น หลายปีที่ผ่านมาธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงโดยใช้การลดราคาและลดคุณภาพ ทั้งนี้ธุรกิจโฮสเทลมีการเจริญเติบโตมากขึ้นจึงกลายเป็นโรงแรมทางเลือกสำหรับนักเดินทางยุคใหม่ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่าง ดังนั้นธุรกิจประเภทนี้จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่นำลงทุน ด้วยจำนวนเงินที่ลงทุนไม่สูงมากเท่ากับโรงแรมขนาดใหญ่ ประกอบกับรัฐบาลไม่มีข้อกฎหมายของธุรกิจนี้อย่างชัดเจน มีช่องว่างในเรื่องของข้อกำหนดโครงสร้างพื้นฐานของโฮสเทลส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ในปัจจุบันเหล่าผู้ประกอบการต้องการข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดตลาดที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากที่สุด โดยที่ผู้ประกอบการต้องมีการทำการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ครอบคลุมความต้องการที่มากขึ้น รวมไปถึงการออกแบบตกแต่งลักษณะทางกายภาพของโฮสเทลให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบการจัดการรวมถึงการบริการเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าพักให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลที่จะให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นที่จะต้องทราบความต้องการหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่พัก

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สัญชาติ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

(Siripan Taworntaweewong, 2000)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ
2. อะไรที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ
3. ทำไมนักท่องเที่ยวจึงใช้บริการ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ
5. นักท่องเที่ยวใช้บริการเมื่อใด
6. นักท่องเที่ยวใช้บริการที่ไหน
7. นักท่องเที่ยวใช้บริการอย่างไร

(Chattayaphon Samuejai, 2007)

**ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
สำหรับธุรกิจบริการ**

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
5. ด้านบุคคล/พนักงาน (People)
6. ด้านกระบวนการ (Process)
7. ด้านกายภาพ (Physical Evidence)

(Siriwan Sereerat, 2003)

ตัวแปรตาม

**การตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลของ
นักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร**

1. Budget Hotel
2. Standard Hotel
3. Design Hotel
4. Lifestyle Hotel
5. Party Hotel

(Worapan Klampaiboon, 2016)

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล สร้างการบริการที่พิกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด และปรับปรุงในด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. เพื่อทราบถึงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการตัดสินใจเลือกพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครและนำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาพิจารณา สร้างแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลต่อไป

3. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครให้ความสนใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลที่ออกแบบจากแนวทางดังกล่าวและเกิดความพึงพอใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล โดยใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และข้อมูลระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการจำแนกตามรายด้าน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำแบบสอบถามไปทดสอบเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ Cronbach's Alpha Coefficient และคำนวณโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลของแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ผ่านเกณฑ์และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยตัวแปรต่างๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของตัวเลขแล้วนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติหาความสัมพันธ์แบบ Chi-Square

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.50 มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี มากที่สุด ร้อยละ 65.00 มีภูมิลำเนาในทวีปยุโรปมากที่สุด ร้อยละ 52.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.50 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 35.75 และมีรายได้ต่อเดือน US \$1,501-2,000 หรือ 46,500-62,000 บาท ร้อยละ 34.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยภาพรวม พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ คือ การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 75.75 ลักษณะโฮสเทลที่ต้องการเลือกพักเป็นแบบห้องพักเดี่ยว ห้องน้ำในตัว คิดเป็นร้อยละ 44.00 เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล เพราะราคาประหยัดและบริการที่เป็นกันเอง ร้อยละ 37.75 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 45.75 นิยมเดินทางมาพักแรมในช่วงฤดูร้อน ร้อยละ 52.50 โดยมีวิธีในการจองห้องพัก/ที่พักผ่านทางเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 64.25 ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักโฮสเทลเป็นเวลา 2 วัน ร้อยละ 39.00

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ 7P's ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พักและการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's ด้านพนักงานให้บริการมีความสำคัญเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อันดับ 2 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อันดับ 3 คือ ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 อันดับ 4 คือ ด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อันดับ 5 คือ ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 อันดับ 6 คือ ด้านที่พักและการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรูปแบบของโฮสเทลที่ต้องการเลือกใช้บริการคือ Standard Hostel ร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ Design Hostel ร้อยละ 25.25, Lifestyle Hostel ร้อยละ 17.75, Budget Hostel ร้อยละ 15.25 และ Party Hostel ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านอายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะโฮสเทล เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกพักโฮสเทล ช่วงเวลาในการพักผ่อน วิธีในการจองห้องพัก/ที่พัก ระยะเวลาในการเข้าพักโฮสเทล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านลักษณะโฮสเทลที่ต้องการเลือกพักและเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ ด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ ด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของกำลังและความสามารถในการเลือกรูปแบบที่พักที่แตกต่างกันออกไป ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มในการบริโภคหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับที่ต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tipparat Kongsuntornkitchakul (2009) ทำการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวยุโรปเกษียณอายุ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวยุโรปวัยเกษียณอายุ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilailak Sereetrakul (2012) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ: กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความสนใจสถานที่ท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 ที่ว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านลักษณะของโฮสเทลและเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน จากผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะของโฮสเทลที่ต้องการเลือกพัก ซึ่งส่วนใหญ่มีความต้องการพักเป็นห้องพักเดี่ยว ห้องน้ำในตัว และเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ส่วนใหญ่เลือกพักเพราะราคาประหยัดและการบริการที่เป็นกันเอง ผู้ประกอบการควรออกแบบที่พักให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puttinan Panyaputtinan (2017) ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทที่พักในเขตหลัก จังหวัดพังงาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่าสาเหตุหลักที่เลือกใช้บริการที่พักคือ ราคาคุ้มค่า งานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พัก ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's ในด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยได้มีการเปรียบเทียบคุณภาพที่พักและการให้บริการกับราคา โดยประเด็นหลักยังคงเป็นด้านที่พักและการบริการ (ด้านผลิตภัณฑ์) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wasita Klongtaan (2011) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการและด้านราคาตามลำดับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wassana Suwanvijit (2014) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT): ศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่ฝั่งไทยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ฯ ระดับมาก มี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก ด้านการบริการ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ายังมีข้อจำกัดบางประการจึงได้นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวร่วมกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่พัก เพื่อให้สามารถมาปรับปรุงการให้บริการต่างๆ และสามารถสรรหาบริการใหม่ๆ สร้างความแตกต่างในการให้บริการเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพเสริม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงและแม่นยำมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผลกระทบต่างๆ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ

3. เพิ่มพื้นที่ในการเก็บตัวอย่างให้กว้างมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัด อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

References

- Chattayaphon Samuejai. (2007). **Consumer Behavior**. Bangkok: Se-education.
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). **Statistics of Foreign Tourists Entering Thailand in 2013–2017**. Bangkok.
- Puttinan Panyaputtinan. (2017). **The Marketing Mix (7Ps) that Influence Thai Tourists' Choice of Accommodation in Khao Lak, Phang Nga**. Master's Thesis, Faculty of Arts, Bangkok University.
- Siripan Taworntaweewong. (2000). **Demography**. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.
- Siriwan Sereerat. (2003). **Modern Business Management**. Bangkok: D.K. Today.
- Somchai Liengpornpan. (2004). **A Study on Potential of Resources for Eco-tourism in Songkhla Lagoon Area**. Songkhla: Thaksin University.
- Tanawut Supangkarat. (2009). **Marketing Factors Influencing Foreign Tourists' Behavior to Stay in a Hostel in Bangkok**. Master's Thesis, Faculty of Arts, Naresuan University.
- Tipparat Kongsuntornkitchakul. (2009). **Factors Influencing Retired European Tourists' Decision to Select a Hotel**. Master's Thesis, Faculty of Science, Naresuan University.
- Wasita Klongtaan. (2011). **Factors Influencing Decision to Select a Hotel in Bangkok**. Master's Thesis, Faculty of Business Administration, Siam Technology College.
- Wassana Suwanvijit. (2014). Factors Influencing Tourist's Decision Making to Travel to Indonesia–Malaysia–Thailand Growth Triangle (IMT–GT): Only within Thailand Area. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 9(1), 18–33.
- Wilailak Sereetrakul. (2012). Factors Related to Foreign Tourists' Interests in Places of Attraction: the Case Study of Bangkok. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 7(1), 58–66.
- Worapan Klampaiboon. (2016). **The Hostel Bible**. Bangkok: Se-education.