

## 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 จากบริการที่มีน้ำใจ 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 เพื่อนำเสนอข้อมูลที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน 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 สามารถอภิปรายผลได้อย่างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ 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.