

พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
consumer behavior affecting the decision making to hostel in muang district,
chiang mai province

สุนทรี ศิริจันทร์¹
กมลทิพย์ คำใจ²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม กับส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานประกอบด้วยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples: t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA: F-test) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป มีสัญชาติฝรั่งเศส อายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็น นักศึกษา มีสถานะภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 ดอลลาร์สหรัฐช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ ช่วงฤดูหนาว และช่วงฤดูร้อน ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักประมาณ 2 สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 10 - 12 ดอลลาร์สหรัฐส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้ามาจองด้วยตนเอง และการจองผ่านเว็บไซต์ มักจะเดินทางมาพักเพียงคนเดียว มีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือการได้พบปะกับเพื่อนใหม่และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเข้าพัก และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการที่พักแบบ โฮสเทล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภคการตัดสินใจ ที่พักแบบโฮสเทล

Abstract

This independent study aims: 1) to study the demographic characteristics of tourists using hostel accommodation in district of Chiangmai Province 2) to study the behavior of choosing hostel accommodation for tourists in the district and 3) to study the differences between

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

demographic characteristics and behavior of tourists service marketing mixes in the choice of tourist accommodation in the district. The questionnaire was used to collect data. The study was a group of sample 400 people tourists who chose hostel accommodation in the district. The statistics used in the study were descriptive statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation Hypothesis testing consists of two independent sampling (t-test) and One-Way ANOVA (F-test).

The study found that the majority of respondents were male in Europe. French nationality between 21-30 years old. Most undergraduates are single status students. Monthly income is \$ 2,001-3,000. Travel time is winter and summer. The duration of stay is approximately 2 weeks, with the cost of the morning 10 to 12 US dollars, mostly using the method of booking manually. And booking through the website. They will always stay alone. The purpose of the stay is to meet new friends. And exchange of experience in tourism. The highest level of service marketing mix was the price, followed by the service staff. And the physical environment.

The hypothesis test was found. Demographic, occupation, age, educational level and occupation were significantly different at the 0.05 level of significance. And the purpose of the stay. Different types of hostel accommodation were significantly different at the 0.05 level.

Keywords : Consumer Behavior, Decision, Hostel

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศเป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้สร้างอาชีพ โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มีสัดส่วนมากกว่าภาคการผลิตอื่นๆ หรือมากกว่าร้อยละ 50 ของ GDP ทั้งประเทศ (โสภา จ่านรัมย์และคณะ, 2558) และประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลกและในปี 2558 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ลำดับที่ 11 ของโลก และมีตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 6 ของโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยกสิกร พบว่า แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2560 มีแนวโน้มที่ดีโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการที่สายการบินต่างชาติให้ความสำคัญในการขยายเส้นทางการบินและปริมาณเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นมายังประเทศไทย โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนค่าเดินทางของนักท่องเที่ยวลดลง และรัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนร่วมกัน เห็นได้ว่าในปีพ.ศ. 2559 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 13.2 จากปี พ.ศ. 2558 ซึ่งนับเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าการเติบโตของตลาดรวม (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งในห้าของจังหวัดในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมมากที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) และจากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ปัจจัยสำคัญได้แก่ การส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากทางภาครัฐ นอกจากนี้ความสวยงามของธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรม เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (สถิติทางการประเทศไทย, 2559) โดยในปี พ.ศ. 2559 ตั้งแต่เดือนมกราคม จนถึงเดือนตุลาคมมีจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ราว 7.36 ล้านคน อัตราเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 67.84 ของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมไปถึงมีรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็น 68,933 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2559) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวซึ่งคาบเกี่ยวกับธุรกิจสินค้าและ

การบริการ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและที่พักมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่פקให้มีความหลากหลาย เพิ่มมากขึ้น เช่น การประกอบธุรกิจที่พักแบบโฮสเทล โดยที่ธุรกิจมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และหากพิจารณาถึงด้านรูปแบบของตัวธุรกิจแล้วโฮสเทลเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัว ทำให้ผู้ประกอบการโฮสเทลมีอิสระในการออกแบบรูปแบบของโฮสเทลได้ตามต้องการ โดยอาศัยความโดดเด่นและเอกลักษณ์ประจำตัวเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ประกอบกับ เทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveling) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวล้าที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น โดยผลสำรวจของวีซ่า (Visa Global Travel Intentions Study (2558) ที่สอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 13,000 คนจาก 25 ประเทศ พบว่ามีการท่องเที่ยวคนเดียว ร้อยละ 24 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 และจากเทรนด์ดังกล่าวทำให้ธุรกิจโฮสเทลเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากร้อยละ 64 ของนักท่องเที่ยวคนเดียวนั้นเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 18-30 ปี ซึ่งมีเหตุผลหลักคือเรื่องราคา ความต้องการพบปะเพื่อนใหม่ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกันแต่อย่างใดก็ตามการแข่งขันในอนาคตมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโฮสเทลในปัจจุบัน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ เข้าใจความต้องการของผู้เข้าพัก มีการสร้างบรรยากาศที่แตกต่างจากโรงแรม เน้นความสบายเหมือนอยู่บ้าน ทำให้เป็นแหล่งพบปะเพื่อนใหม่ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยว มีการสร้างจุดเด่นของธุรกิจเพื่อใช้เป็นจุดขาย มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเข้าพัก มีการใส่ใจทุกรายละเอียด สร้างความสนุกสนานในการอยู่ร่วมกัน อันก่อให้เกิดความประทับใจและมิตรภาพที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและธุรกิจ ทำให้เกิดการบอกต่อหรือการใช้บริการซ้ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย คำถาม (6Ws และ 1H) คือ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อไรจึงจะซื้อ (When does the consumer buy?) 6) ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) รวมถึงการใช้ ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดมาเป็นแนวทางในการศึกษาการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ด้านที่พักและการบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงานให้บริการ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการเชิงธุรกิจและพัฒนาส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดเชียงใหม่ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล จำนวน 8 แห่ง คือ 1) Hug Hostel & Adventure tour 2) The Virgo hotel & hostel 3) D-Well Hostel 4) บ้านเมฆ โฮสเทล 5) Bunk boutique hostel 6) Chiang Mai Gate Capsule hostel 7) So Hostel และ 8) The Pause Hostel

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมกับส่วนประสมการตลาด

บริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้เลือกใช้บริการมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 8 แห่ง คือ 1) Hug Hostel & Adventure tour 2) The Virgo hotel & hostel 3) D-Well Hostel 4) บ้านเมฆ โฮสเทล 5) Bunk boutique hostel 6) Chiang Mai Gate Capsule hostel 7) So Hostel และ 8) The Pause Hostel

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลโดยใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของคอคแรน (Cochran, 1963) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ ร้อยละ 50 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

โดยที่ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P แทน ค่าร้อยละที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
d แทน ค่าร้อยละความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ (95% Z=1.96)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2} \\ n &= \frac{(.50)(1-.50)(3.8416)}{.0025} \\ n &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณทำให้ได้จำนวนทั้งสิ้น 384.16คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งจะทำให้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และกำหนดโควตาให้สถานประกอบการธุรกิจโฮสเทลทั้ง 8 แห่ง จำนวนแห่งละ 50 ชุด แล้วนำมาทำการประมวลผลในขั้นตอนต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา อายุระดับการศึกษาอาชีพสถานภาพรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการ เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย ช่วงฤดูในการเข้าพัก ระยะเวลาที่พักในประเทศไทยค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าใช้บริการโฮสเทล วิธีการจองห้องพัก ผู้ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์

ในการเข้าพักตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเป็นลักษณะปลายเปิด (Open Ended)

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย 1) การแจกแจงความถี่ (Frequency) 2) ร้อยละ (Percentage) 3) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ 4) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยายและสรุปผลการวิจัย สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ใช้สถิติการทดสอบค่าที (T-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA: F-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เมื่อพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง จะทำการทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least - Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์โดยใช้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีสัญชาติฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 10.30 อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 85.00 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.50 ส่วนใหญ่เป็น นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.75 มีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 90.75 มีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 ดอลลาร์สหรัฐ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) พบว่า ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ ช่วงฤดูหนาว คิดเป็นร้อยละ 50.00 และช่วงฤดูร้อน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักประมาณ 2 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 10 - 12 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้ามาจองด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 51.75 และการจองผ่านเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 44.00 มักจะเดินทางมาพักเพียงคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือ การได้พบปะกับเพื่อนใหม่คิดเป็นร้อยละ 43.00 และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.25 มี

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.29, SD = 0.52) รองลงมาคือ ด้านพนักงานให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.14, SD = 0.44) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.14, SD = 0.43)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโฮสเทล ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลโดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (T - test) และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA : F - Test) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์

ด้านเพศ($t = -2.613$, Sig. = 0.009) ภูมิสำเนา($F = 3.584$, Sig. = 0.007) อายุ ($F = 4.343$, Sig. = 0.014) ระดับการศึกษา($t = 2.511$, Sig. = 0.012) และอาชีพ($F = 4.555$, Sig. = 0.001) ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลโดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (T - test) และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA : F - Test) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการเข้าพัก ($F = 12.951$, Sig. = 0.000) และวัตถุประสงค์ในการเข้าพัก ($F = 3.195$, Sig. = 0.024) ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ความแตกต่างของสรีรวิทยา การรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความท้าทาย และประหยัดค่าใช้จ่าย จึงทำให้เพศชายมีความนิยมมากกว่าเพศหญิง มีภูมิสำเนาอยู่ในทวีปยุโรป โดยที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปนิยมเดินทาง มาเที่ยวในประเทศเขตร้อนเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก สามารถอยู่ได้หลายวัน มีสัญชาติฝรั่งเศส อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียล หรือเจนเออร์ซันวาย (อายุ 24 - 35 ปี) จะชอบเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีสถานะภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 2,001 - 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ สอดคล้องกับ สุรางคนา จามรสวัสดิ์ (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษา ธุรกิจโฮสเทล อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย สัญชาติยุโรป มีสถานภาพโสดมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมักเลือกช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ ช่วงฤดูหนาวถึงฤดูร้อน ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักประมาณ 2 สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 10 - 12 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้ามาจองด้วยตนเอง และมักจะเดินทางมาพักเพียงคนเดียว เนื่องจากเทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveling) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวกล้าที่ออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น โดยผลสำรวจ ของวีซ่า (Visa Global Travel Intentions Study) (2558) มีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือ การได้พบปะกับเพื่อนใหม่ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยว สอดคล้องกับพฤติกรรมชอบความสนุกสนานพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์กับผู้คน รวมถึงการมีอิสระในการท่องเที่ยว สามารถปรับเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา ในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก สอดคล้องกับ สุรางคนา จามรสวัสดิ์ (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษา ธุรกิจโฮสเทล อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ระดับราคาห้องพักที่ยินดีจ่าย (ราคาบาทต่อคืน) คือ ต่ำกว่า 500 บาท

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก

แบบโฮสเทล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ด้านที่พักและการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของที่พัก รองลงมา คือ มีห้องพักให้เลือกหลายระดับ และสถานที่ตั้งของที่พักที่เหมาะสม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจ แหล่งชุมชน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการบอกต่อของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักมีการเขียนแนะนำให้คะแนนที่พัก หรือการศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือโกศล (2559) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของที่พัก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณโดยรอบของที่พักและความสะดวกสบายของห้องพัก แต่ไม่สอดคล้องกับ หทัยชนก นิรันดร์ไชย (2554) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากความแตกต่างของรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะแบ็คแพคเกอร์ (Backpacker) ที่ไม่ได้เน้นความสะดวกสบายมากนัก

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีการกำหนดราคาห้องพักและบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน รองลงมา คือ ราคาห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาเข้าพัก และห้องพักหรือที่พักมีราคาให้เลือกหลายระดับ ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวต้องมียค่าใช้จ่าย และการไม่เข้าใจในภาษาท้องถิ่น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเป็นกังวลในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะราคาที่แพงเนื่องจากบางครั้งต้องใช้บริการเป็นเวลาหลายคืน การแสดงราคาที่แพงจึงมีความจำเป็นมาก สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือโกศล (2559) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาส่งเสริมการตลาด มีการแสดงราคาให้ลูกค้าเห็นอย่างชัดเจน ราคาคุ้มค่ากับสถานที่พัก และมีห้องพักให้เลือกหลายราคา

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีบริการสำรองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ มีบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์) มีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักให้นักท่องเที่ยวหลากหลายช่องทาง เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายนักท่องเที่ยวมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง สอดคล้องกับ Kotler (2006) พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีรายการส่งเสริมการขายตามเทศกาล รองลงมา คือ มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบินสถานีขนส่ง และมีการลดราคาเมื่อพักระยะยาวหรือพักเป็นหมู่คณะ สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือโกศล (2559) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ การให้ส่วนลดพิเศษ

ด้านพนักงานให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มสุภาพ เป็นมิตร รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว และมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือโกศล (2559) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ พนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยน รวมถึงสอดคล้องกับ หทัยชนก นิรันดร์ไชย (2554) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาด

บริการด้านบุคคล คือ มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส และสอดคล้องกับ การะเกด แก้วมรกต (2554) ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบ ว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องอัธยาศัย สุภาพ เป็นกันเองมากที่สุด เช่นเดียวกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีวิธีการสำรอง ที่พักและชำระเงินหลากหลายวิธี อาทิ เงินสด บัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคารโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มี จำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการ มีบริการให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ สอดคล้องกับ จิตมณี นิธิปรีชา (2558) ศึกษา โครงการจัดตั้งกรีน แคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน พบว่า ด้านกระบวนการบริการ ผู้บริโภคให้ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะดวกสบายในการชำระเงินค่าห้องพัก แต่ไม่สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือ โกลส (2559) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความพร้อม ในการใช้งาน Wi - Fi การจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับลูกค้า อาทิ ที่จอดรถมุมพักผ่อน ความแข็งแรง และระบบ รักษาความปลอดภัยของที่พักรับรองเชื่อถือได้ สอดคล้องกับ อัครกฤษฎี เหลือ โกลส (2559) ศึกษา ส่วน ประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่า ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับ มีการจัด แบ่งส่วนสถานที่ให้บริการออกเป็นสวนต่าง ๆ ชัดเจน แต่ไม่สอดคล้องกับ การะเกด แก้วมรกต (2554) ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบ ว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ บรรยากาศของโรงแรมมาก รวมถึง ห้วยชนก นิรันดร์ไชย (2554) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการ ตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การออกแบบตกแต่งโรงแรม

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโฮสเทล ใน เขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ ภูมิสำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตก ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล แตก ต่างกัน ทั้งนี้ปัจจัยด้านเพศเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ เพราะเพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติ การรับรู้ และการ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลที่แตกต่างกัน รวมถึง ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ ที่มีส่วนช่วย ในการเข้าถึงสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มีการเขียนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การแชร์ภาพถ่าย แหล่งที่พัก ในเว็บไซต์จากนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Travel Blogger) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งที่พัก สอดคล้องกับ กลุษากร ชูเม็ด (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการ ใช้ สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในส่วนของ ภูมิสำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบ โฮสเทลแตกต่างกัน อันเนื่องมาจาก รูปแบบการ ใช้ชีวิต โดยที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมักชอบความสงบ ต่างจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ชอบความสนุกสนาน และสอดคล้องกับ ชัยณรงค์ พิพิธวีรนนท์ (2560) ศึกษา ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนัก ท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า อายุ ระดับการ ศึกษา อาชีพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล รวมถึงสอดคล้องกับ ประภาพร ยศไกร (2559) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยว

ชาวจีนผลการศึกษาพบว่า เพศ อาชีพ ราย ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน ส่งผลให้การเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ อรุณี ล้อมเศรษฐี (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภูมิฐานะ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล พบว่า ระยะเวลาที่พักในประเทศไทย วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล แตกต่างกัน ทั้งนี้จะเนื่องมาจาก ระยะเวลาที่พักในประเทศไทยและในส่วนของวัตถุประสงค์ในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกัน เช่น ในด้านงบประมาณหรือต้องการไปเที่ยวยังจุดหมายต่อไป สอดคล้องกับ การเกิด แก้วมรกต (2554) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า ระยะเวลาในการเข้าพัก ผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี เนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) อยู่ในทวีปยุโรป สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 2,001 - 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ มักเลือกช่วงเวลาในการท่องเที่ยวคือช่วงฤดูหนาวถึงฤดูร้อน ใช้ระยะเวลาในการเข้าพักประมาณ 2 สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก 10 - 12 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมักจะเดินทางมาพักเพียงคนเดียว เนื่องจากเทรนด์การท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveling) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นมีจุดประสงค์ในการเข้าพัก คือ การได้พบปะกับเพื่อนใหม่ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยผลการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ ต่อการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลมากที่สุดพบว่าด้านที่พักและการบริการให้ความสำคัญในเรื่องของชื่อเสียงของที่พักด้านราคาต้องมีการกำหนดราคาห้องพักและบริการต่างๆ อย่างชัดเจนด้านช่องทางจัดจำหน่าย ต้องมีบริการสำรองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องมีรายการส่งเสริมการขายตามเทศกาลด้านพนักงานให้บริการ ต้องให้บริการด้วยความยิ้มแย้มสุภาพ เป็นมิตรด้านกระบวนการให้บริการ ต้องมีวิธีการสำรองที่พักและชำระเงินหลากหลายวิธี อาทิ เงินสด บัตรเครดิต โอนเงินผ่านธนาคาร โอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการ มีบริการให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เน้นความพร้อมในการใช้งาน Wi - Fi การจัดแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับลูกค้า อาทิ ที่จอดรถมุมพักผ่อน ความแข็งแรง และระบบรักษาความปลอดภัยของที่พักสามารถเชื่อถือได้ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านที่พักและการบริการ ควรมีการพัฒนารูปแบบของที่พักให้คงสภาพดีอยู่เสมอในด้านการให้บริการ ควรรักษามาตรฐานการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความประทับใจตลอดการใช้บริการ

ด้านราคา โดยที่ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาแบบยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยต่างๆ หากผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนหรือพัฒนารูปแบบของธุรกิจโฮสเทลให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการอย่างครบถ้วน ทำให้สามารถตั้งราคา

ให้สูงกว่าคู่แข่งได้

ด้านสถานที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจโฮสเทลให้ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งชุมชน การเดินทางสะดวกโดยอาจเลือกตั้งอยู่ในซอยที่ไม่ลึกมากนัก รวมถึงมีการช่องทางในการจำหน่ายมีระบบรับชำระเงินค่าบริการได้หลายช่องทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยว นิยมค้นหาข้อมูลที่พัก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก่อนการเลือกใช้บริการที่พัก รวมถึงมีลดราคาที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในระยะยาว

ด้านพนักงานให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร ในเรื่องของการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม มีความรวดเร็ว และมีการจัดอบรมพนักงานในด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจกับการให้บริการมากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ โดยเน้นความรวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการ เช่น การรับชำระเงินให้มีความหลากหลาย สามารถชำระผ่านช่องทางออนไลน์ หรือบัตรเครดิต เป็นต้น

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของสภาพแวดล้อมด้านการรักษาความปลอดภัยและความสะอาดของที่พัก เพื่อให้เกิดความเชื่อใจและความไว้วางใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อจะทำให้ทราบข้อมูลส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่ามีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างไรหรือไม่ เพื่อที่จะได้เอาข้อมูลดังกล่าวมาวางแผนพัฒนาการตลาดให้สอดคล้องกันทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มขอบเขตในการศึกษา เช่น กระบวนการตัดสินใจ และศึกษาการพยากรณ์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโฮสเทล ในเขตพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้ผลการศึกษารอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2558). สรุปสถานการณ์พักแรมจำนวนผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน ปี 2559. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2561 จาก<http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25801>.
- การะเกด แก้วมรกต. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- กฤษฎากร ชูเลมิต. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จิตมณี นิธิปริชา. (2558). โครงการจัดตั้งกรีน แคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยณรงค์ พิพิธรัตน์. (2560). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). ดันเที่ยวไทย. คมชัดลึกออนไลน์. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2561 จาก<http://www.komchadluek.net/news/economic/22747>
- ประภาพร ยศไกร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีของ

- นักท่องเที่ยวชาวจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
วีซ่า(Visa Global Travel Intentions Study). (2558). ผลสำรวจฉบับล่าสุดเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับ
โลกของวีซ่าประจำปี 2558. ค้นเมื่อ 8 เมษายน 2561 จาก<https://www.brandbuffet.in.th/2015/07/thai-traveller-spending-2015/>
- ศูนย์วิจัยกสิกร.(2560). ต่างชาติเที่ยวไทยปี 2560 คาดมีจำนวน 33.50-34.15 ล้านคน ขับเคลื่อนด้วยตลาด
ใหม่กระจายเม็ดเงินลงสู่ธุรกิจไทยเพิ่มขึ้น. กระแสทรรศน์.
- สถิติทางการประเทศไทย. (2559). สถานการณ์ แนวโน้ม และยุทธศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดด้านเศรษฐกิจ
จังหวัดเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2561 จากhttp://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/SR1_un1.rar
- สุรางคณา แก้วตา. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- โสภา จานรัมย์, ชุติ กิตติพงษ์ไพบูลย์, กัญญ์ธีรา ชุมปัญญา. (2558). ท่องเที่ยวทั่วไทย สร้างรายได้ทั่วถึง.
วารสารเศรษฐกิจและสังคม.52(1): 8-16.
- หทัยชนก นรินทรไชย. (2554). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อรุณี ล้อมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการ
ที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.
- อัศรัทธา ฤกษ์ เหลือโกศ. (2559). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักขนาดเล็กของนัก
ท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองเก่าของจังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่. (2) : 2
- Cochran, W.G. (1963). Sampling Techniques. New York: London
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. Englewood Cliffs: Prentice Hall.