

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร  
กรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX FACTORS AFFECTS FOREIGN TOURIST DECISION ON CHOOSING THE  
HOSTEL IN PRANAKORN AREA OF BANGKOK

อาทิตย์ พวงนา<sup>1</sup>, พุฒิธร จิรายุส<sup>2</sup>, มัสศรณ์ กิจบำรุง<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร วิทยาลัยดุสิตธานี

<sup>2</sup>บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 385 คน ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการโฮสเทล ในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ด้านบุคลากรด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในระดับปานกลางและสูงอีกทั้งยังมีทิศทางของความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและเกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการในครั้งต่อไป

**คำสำคัญ** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, โฮสเทล, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, การตัดสินใจ

**Abstract**

The purpose of research on marketing mix factors affecting the decision to choose hostel in Pranakhon area Bangkok was to study the relationships among marketing mix factors that influenced the decision to use hostel in Pranakhon Bangkok.

The sample of this research consisted of tourists who used the service of hostels in Pranakhon Bangkok with the sample size of 385 tourists. The researcher decided to distribute a total of 400 tourist within Pranakhon Bangkok.

The results showed that the samples focused on the overall marketing mix at high level, with emphasis on work process factors. Price Personnel Distribution channel Physical evidence, Products and the promotion in order. All aspects of marketing mix were related to the decision to choose hostel in a medium and high level with the same direction of the relationship. Therefore, the hostel operators should improve the marketing mix in all aspects

to suit the needs of the guests to impress service and facilitate the decision to use service next time.

**Keywords** Marketing mix factors, Hostel, Foreign Tourists, Decision

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงขึ้นส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากโดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 29.9 ล้านคนจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 1.45 ล้านล้านบาท และในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ต่อเนื่องจนถึง การท่องเที่ยวในปี 2560 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทย ยังคงมีแนวโน้มดีขึ้นส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์ จากการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับแนวโน้มการฟื้นตัวของตลาดการจัดงานต่างๆ เช่น งานประชุมและสัมมนา งานแต่งงาน และงานอีเว้นท์น่าจะช่วยเพิ่มรายได้จากการให้บริการสถานที่จัดงาน ทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับของสังคมอย่างทั่วถึงเป็นผลให้จำนวนธุรกิจบริการเพิ่มมากขึ้น เช่น สปา ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม รวมไปถึงธุรกิจบริการด้านที่พักหรืออุตสาหกรรมโรงแรม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560 )

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรุงเทพมหานครส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจของประเทศ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์การค้า และโรงแรมที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญส่วนใหญ่ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักดีสำหรับการเดินทางมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร เช่น ถนนข้าวสาร พระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ รวมถึงสถานที่สำคัญทางด้านวัฒนธรรมและการเมืองการปกครองตั้งอยู่ นั้นจะอยู่ในเขตที่เรียกว่า เขตพระนคร ซึ่ง เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จัดอยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพชั้นในส่งผลให้ในเขตกรุงเทพชั้นในมีจำนวนโรงแรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากที่สุดในบรรดาเขตต่างๆของกรุงเทพมหานคร (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560)

ธุรกิจ "โฮสเทล" หรือธุรกิจที่พักขนาดเล็กที่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวราคาประหยัด ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ ส่วนมากจะมีลักษณะคล้ายหอพัก คือเตียงสองชั้นหลายๆ เตียงในห้องเดียวกัน และมีจุดเด่น เรื่องของเป็นแหล่งพบปะเพื่อนใหม่และ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเข้าพักห้องเดียวกัน เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตในไทยเพิ่มขึ้นซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีโฮสเทลมากกว่า 2 พันแห่ง หรือคิดเป็น 12% ของที่พักนักท่องเที่ยวทั้งหมด ถือได้ว่ามีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว และธุรกิจโฮสเทล ยังมีโอกาสเติบโตขึ้นอีกกว่า 10% ภายในสิ้นปีนี้ โดยเฉพาะในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต (ฐานเศรษฐกิจ 2559) ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมระดับต่ำกว่าสามดาว รวมถึงโฮสเทลที่เป็นหนึ่งในที่พักขนาดเล็กที่มีอัตราการเติบโตและเข้ามาแข่งขันในธุรกิจโรงแรม เนื่องจากใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากและส่วนใหญ่ธุรกิจนี้จะเกิดขึ้นในจังหวัดศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อแย่งชิงฐานนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มีจำนวนมากทำให้มีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจน่าจะส่งผลให้การแข่งขันในเซ็กเมนต์ดังกล่าวเป็นไปอย่างรุนแรงยิ่งขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2560) ส่งผลให้ในแต่ละโฮสเทลจึงมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเข้ามาใช้ในการสร้างความแข็งแกร่งใน

ธุรกิจ โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในตัวโฮสเทลและบริการที่สร้างความประทับใจและมีการตัดสินใจในการใช้บริการหรือกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

จะเห็นว่าโฮสเทลมีหลากหลายประเภทแต่จะเน้นหนักไปในเรื่องของที่พัก ราคา และเป็นแหล่งที่สามารถให้กับลูกค้าสามารถทำกิจกรรมและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันได้ จากงานวิจัยของ Dallen J. & Victor (อ้างถึงใน อนุรักษ์ เหลืองพิพัฒน์ 2555 หน้า 26) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับแขกที่เข้าพักในโฮสเทลหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกโฮสเทลใดโฮสเทลหนึ่งของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ความเป็นมิตรของพนักงาน เป็นสิ่งสำคัญที่ได้รับการบอกต่อทั้งทางอินเทอร์เน็ตและระหว่างบุคคล
2. ความสะอาดและความสะดวกสบาย เช่น ในห้องพัก ห้องน้ำ บริเวณที่พัก ครูว์ เป็นต้น
3. บรรยากาศทางสังคมซึ่งหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์ของแขกที่มาพักในโฮสเทล ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของที่พักแบบโฮสเทล
4. สิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งรวมถึงบาร์ ห้องอ่านหนังสือ ห้องนั่งเล่น และห้องครัว ซึ่งเป็นส่วนตัวเอื้อต่อการพบปะกันของแขกในโฮสเทล
5. สถานที่ตั้งของโฮสเทล ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพิจารณาว่าสถานที่ตั้งนั้นเชื่อมโยงกับสิ่งดึงดูดใจอื่นๆ สถานที่ท่องเที่ยว สะดวกต่อการเดินทางและมีตัวเลือกด้านอาหารมากนักน้อยเพียงใด
6. ความรู้สึกปลอดภัยซึ่งมีทั้งจากที่ตั้งของที่พักเองที่ต้องอยู่ในที่ปลอดภัย รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยภายในโฮสเทลเองต้องมีประตูและหน้าต่างที่ล็อกได้ มีลิคเกอร์ มีเจ้าหน้าที่ทำงาน 24 ชั่วโมง
7. ราคา ราคาถูกเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวบางคนนำมาพิจารณา แต่ราคาถูกอย่างเดียวไม่สำคัญเท่าคุณค่า (ความคุ้มค่ากับราคา)
8. ขนาดของโฮสเทลและระดับของความใกล้ชิดระหว่างแขกที่เข้าพัก โฮสเทลเล็กๆย่อมทำให้คนมีปฏิสัมพันธ์กันมากกว่าหรือได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ยังรวมถึงจำนวนเตียงในแต่ละห้องและการพักรวมหรือการพักแยกของชายหญิง ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

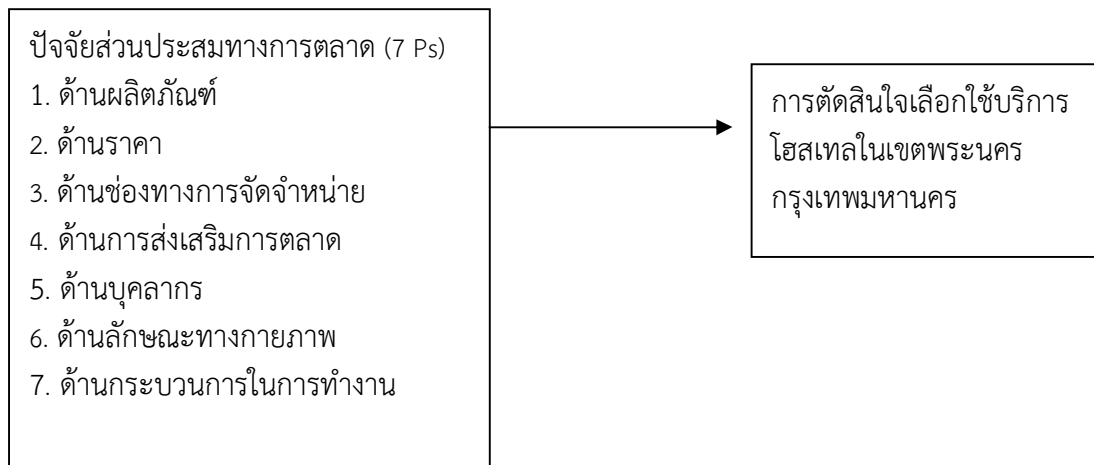
ซึ่งปัจจัยในหลายด้านที่ได้กล่าวมานั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวแต่นอกจากปัจจัยเหล่านี้แล้ว การนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆเข้ามาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการบริการของโฮสเทลก็มีความสำคัญด้วย

ด้วยเหตุนี้เองผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร โดยทำการพิจารณาในเขตพระนคร เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการเพื่อให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโฮสเทลรวมถึงการนำไปปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่บกพร่อง เพื่อยกระดับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในธุรกิจต่อไป

## กรอบวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐาน: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยมีแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision making) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของ Magrath (1986) ที่ประกอบด้วย 7 มิติคือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากร (6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ (7) ด้านกระบวนการในการทำงาน

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 385 คน ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการโฮสเทล ในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ถือว่าเพียงพอและเหมาะสมในการเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรในแต่ละตัว

## 2. ขั้นตอนการวิจัย

กระบวนการวิจัยที่ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ 1 ชุด คือ แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามที่เฉพาะเจาะจงลงไปเพื่อศึกษาปัจจัย / อย่างได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร และการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพระนครที่มีการใช้บริการโฮสเทล

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย ประกอบด้วย

3.1 เตรียมแบบสอบถาม เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และ วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.2 ทำการแจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด

3.3 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.4 รวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยแยกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ออกมาเพื่อจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผลที่ได้ต่อไป

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1.1 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด         | การตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล |               |                   |          |
|-----------------------------------|---------------------------------|---------------|-------------------|----------|
|                                   | Pearson Correlation (r)         | p-value (Sig) | ระดับความสัมพันธ์ | ทิศทาง   |
| 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์            | 0.636**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 2. ปัจจัยด้านราคา                 | 0.612**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 0.624**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย       | 0.620**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 5. ปัจจัยด้านบุคลากร              | 0.581**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ      | 0.671**                         | 0.000         | ปานกลาง           | เดียวกัน |
| 7. ปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน       | 0.772**                         | 0.000         | สูง               | เดียวกัน |
| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม   | 0.771**                         | 0.000         | สูง               | เดียวกัน |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1.1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่า P-value (Sig) น้อยกว่า 0.01 ทำให้ ยอมรับสมมติฐาน H1 กล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์(Pearson Correlation ,r) เท่ากับ 0.636, 0.612, 0.624, 0.620, 0.581, 0.671 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและปัจจัยด้านกระบวนการกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีค่า P-value (Sig) น้อยกว่า 0.01 ทำให้ ยอมรับสมมติฐาน H1 กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์(Pearson Correlation, r) เท่ากับ 0.772 และ 0.771 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

เมื่อพิจารณาทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสอง พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยย่อยมากขึ้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครในภาพรวมก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล

พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการทำงาน ของโฮสเทล นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับทุกด้านในระดับมาก และให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการทำงาน โดยรวม มากที่สุด ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในเรื่องของกระบวนการในการให้บริการในห้องพักของโฮสเทลเป็นหลัก ในที่นี้ หมายถึง การบริการเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุปกรณ์ภายในห้อง อุปกรณ์อาบน้ำ น้ำดื่มหรืออาหารที่บริการในห้องพัก รองลงมาเป็นกระบวนการในการจองห้องพัก และการให้บริการเสริมอื่นๆ เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยว และความช่วยเหลือ ที่ต้องมีความรวดเร็วและถูกต้องเพื่อให้เกิดความสะดวก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการบริการในส่วนนี้ และ รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร นักกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการบริการ และการมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรางคนา จามรสวัสดิ์ (2557) การศึกษาปัจจัยด้านของส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน พบว่าทุกปัจจัยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และ งานวิจัยของ ธนา วุฒิ ศุภวงศ์รัตน์ (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และราคา เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด จากศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร และ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2553) ที่พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากคือ ปัจจัยด้านกระบวนการและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานครพบว่ามีความสัมพันธ์กันในทุกด้านและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด นั่นหมายความว่า เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านใดด้านหนึ่งแล้วก็จะส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลตามมา ด้วย กล่าวคือ ส่วนประสมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลทุกด้าน สอดคล้องกับ

งานวิจัยที่ศึกษาของณัฐริกา รัชเสนาะ(2553) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการบูติกโฮเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แล้วพบว่าปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบูติกโฮเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระดับมาก และตรงกับงานวิจัยหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของ สุรภี พงษ์พานิช (2556) ที่ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (8P's) ที่มีผลอย่างเข้มข้นต่อระดับการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 3 ดาว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมพร ลิ้มศิริวัฒน์ (2557) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ด้านบุคลากรโดยเลือกที่พนักงานมีกริยามารยาทที่สุภาพ รองลงมาได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการทำงาน ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อมลักษณะทางกายภาพ และด้านส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในจำนวนห้องพักที่เพียงพอ และความสะอาดของสถานที่ และการมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย ผู้ประกอบการควรที่จะจัดทำห้องพักหรือเตียงให้มีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า อาจมีการออกแบบเตียงให้สามารถต่อเสริมเพื่อเพิ่มจำนวนรองรับความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ในเรื่องของการมีบริการโฮสเทลควรมีบริการคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และโฮสเทลควรติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวหรือไกด์ หรือบริษัทเช่ารถ ไว้เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการท่องเที่ยว เป็นบริการเสริมให้กับลูกค้า

2. ด้านราคา จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ มีห้องพักให้เลือกหลากหลาย และ ราคาห้องพักหรือค่าบริการต่างๆที่มีความเหมาะสม ผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาโดยพิจารณาถึงคุณภาพของเตียงนอน สถานที่สะอาด มีพนักงานดูแล และมีบริการเสริมอื่นๆให้มีความใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงที่ลูกค้าสามารถเห็นได้ หรือรู้สึกได้ว่ามีความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะชอบการคิดราคาแบบ package รวมค่าบริการอื่นๆไปด้วยในตัวเลย เช่น บริการห้องพัก พร้อมอาหารเช้า หรือฟรีอินเทอร์เน็ต ไม่มีค่าบริการเสริมอื่นๆแอบแฝง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นการติดต่อทางโทรศัพท์ อีเมล ทีวีต่างๆในเว็บไซต์หรือ ผ่านตัวแทนจำหน่ายในอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางเหล่านี้ให้สามารถติดต่อกับทางลูกค้าให้ได้สะดวกและมีช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อกับทางโฮสเทลได้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับลูกค้าก่อนและหลังใช้บริการ การมีเว็บไซต์ ส่วนตัว การขายผ่าน OTA เป็นช่องทางที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและรู้จักโฮสเทลได้ จึงควรจัดให้มีพนักงานหรือหน่วยงานที่ดูแลในส่วนนี้โดยเฉพาะ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการให้ส่วนลดในการใช้บริการสำหรับผู้ที่เคยใช้บริการ หรือส่วนลดในกรณีที่จองผ่านเว็บไซต์ส่วนตัว หรือส่วนลดในช่วงเทศกาล มีการทำโปรโมชั่นในช่วงต่างๆ การมีกิจกรรม เช่นการให้ลูกค้าเล่นเกมสกับทางโฮสเทลหรือตอบ

คำถามในเว็บไซต์ของทางโฮสเทลเพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้ามาทำการปรับปรุงการให้บริการโดยแลกกับของที่ระลึกหรือส่วนลดในการใช้บริการในครั้งต่อไป

5. ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องของการที่พนักงานมีการดูแลลูกค้าอย่างเสมอภาค และมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และการให้บริการทุกด้าน ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนในการคัดเลือกพนักงานที่จะเข้ามาทำงานโดยมีการรับพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีบุคลิกภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความเข้าใจในรูปแบบและการบริการของโฮสเทล และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนในการฝึกอบรมในเรื่องของการบริการ ภาษา การสื่อสาร และคุณธรรมจริยธรรมให้กับพนักงานอยู่เสมอ

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอก และภายในห้องพัก เป็นสำคัญ ผู้ประกอบการควรมีการดูแลสิ่งต่างๆทั้งภายในห้องพักและนอกห้องพัก เช่น โต๊ะ ที่นั่ง เติ่ง หมอน หรือที่นอน รวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สามารถใช้งานได้ อย่างปกติอยู่ตลอดเวลา มีแผนในการตรวจสอบสิ่งต่างๆ และวันหมดอายุของเครื่องใช้ การกำหนดวันที่วัสดุหรืออุปกรณ์บางอย่างต้องซ่อมแซมหรือเปลี่ยนใหม่ โฮสเทลมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตัวอาคารให้มีความสะอาด น่าพักอาศัย และดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวด้วยการตกแต่ง อาคาร การออกแบบ ที่โดดเด่นเป็นที่น่าจดจำ นอกจากนี้ โฮสเทลควรมีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งในเรื่องของพนักงานรักษาความปลอดภัยในโฮสเทล ตลอด 24 ชั่วโมงและกล้องวงจรปิดเป็นต้น

7. ด้านกระบวนการทำงาน จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีระดับการตัดสินใจในเรื่องของกระบวนการในการทำงานมากที่สุด กระบวนการในการทำงานจะทำให้ถูกต้องและรวดเร็ว สามารถทำได้จากพนักงานที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจระบบของการทำงานในปริมาณที่เพียงพอ เพื่อให้ไม่เกิดความผิดพลาด และระบบในการทำงานผู้ประกอบการจึงควรที่การจัดการวางแผนในระบบการให้บริการไม่ว่าจะเป็นกระบวนการในการจองห้องพัก การเข้าพัก การออกจากที่พัก การให้ข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

## รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา . (2559). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว สิงหาคม 2559*. กรุงเทพมหานคร : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เฉลิมพร ลิ้มศิริวัฒน์. (2557). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและย่อมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ณัฐิกา รักเสนาะ. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการบูติกโฮเต็ล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ณัฐกรณ เหลืองพิพัฒน์. (2555). *อิทธิพลความคิดเห็นออนไลน์ต่อการตัดสินใจจองที่พักราคาประหยัด (Hostel) ในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2559). *จับเทรนด์ท่องเที่ยวปี 59 ช่องทางสร้างโอกาสผู้ประกอบการไทย*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2560, จาก <http://www.thansettakij.com/content/26455>

- ตฤณ พริ้งประเสริฐ. (2553). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ บริเวณถนนข้าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธนาวุฒิ ศุภางครรัตน์. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2560). จำนวนโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายเขตโดยแบ่งตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ ประจำปี พ.ศ.2539-2553. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2560, จาก <http://www.bangkok.go.th/info/>  
[http://203.155.220.230/bmainfo/esp/social/social\\_4x.html#49-58](http://203.155.220.230/bmainfo/esp/social/social_4x.html#49-58)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรงขึ้นคาดปี 60 รายได้ธุรกิจโรงแรมขยายตัวร้อยละ 3.7-5.5. รายงานการวิจัยฉบับส่งสื่อมวลชน ปีที่ 23 ฉบับ 2826 วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560.
- สุรางคณา จามรสวัสดิ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษา ธุรกิจโฮสเทล อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- สุรภี พงษ์พานิช. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. (รายงานการวิจัย).การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยรังสิตครั้งที่ 13. มหาวิทยาลัยรังสิต.