

ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาว
ไทย กรณีศึกษา บริเวณถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
The Marketing Mix That Selecting Hostel of Thai Tourists
: A Case Study of Yaowarat Samphanthawong Bangkok

วิชสุดา ร้อยพิลา*

Wichsuda Roiphila*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*

Faculty of Liberal Arts Bangkok Thonburi University*

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทล บริเวณถนนเยาวราช กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการทำวิจัย จากตัวอย่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโฮสเทล จำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(คิดเป็นร้อยละ 63.80) มีอายุ 26-35 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.80) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (คิดเป็นร้อยละ 42.80)มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท(คิดเป็นร้อยละ 39.50) เดินทางมาใช้บริการเป็นครอบครัว(คิดเป็นร้อยละ 47.20) มีวิธีการจองห้องพักแบบWalk in (คิดเป็นร้อยละ58.50) เหตุผลในการเลือกพักโฮสเทลเนื่องจากตั้งอยู่ใกล้สถานที่

ท่องเที่ยว (คิดเป็นร้อยละ 74.20) มีราคาที่เหมาะสม (คิดเป็นร้อยละ 59.20) เดินทางด้วยรถยนต์(คิดเป็นร้อยละ 71.20) ด้านความคิดเห็นโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่พักและการบริการ (\bar{X} = 4.10) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} = 4.05) ด้านพนักงานให้บริการ (\bar{X} =3.99) ด้านราคา (\bar{X} = 3.86) และด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} = 3.75) ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักโฮสเทลนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณถนนเยาวราช

คำสำคัญ: โรงแรม; เยาวราช; ส่วนผสมทางการตลาด;

Abstract

The purpose of this study were to Thai tourist behavior of decision selecting hostel,service marketing mix factor affecting Thai tourist decision selecting hostel around Yaowaraj Road in Bangkok. The survey questionnaires implemented as a tool to collect data from 400 samples Thai tourist used in hostel around Yaowaraj Road .The statistics used in data analyzed is primarily

descriptive statistics were percentage, mean, standard deviation. Inferential statistics methods on one-way ANOVA.

The research sampling Thai tourist group were females aged between 26-35 years old (63.80%) Their education level was a bachelor degree (43.80%) whom working in private sector (42.80%) and earning between 10,000-20,000 bath per month (39.50%) Group of customer whom use the services together are family (47.20%) The majority of reservations are walk-in and the reason they stayed in the hostel around Yaowaraj Road is it's location near to tourist places(74.20%)The price of room is very decent for each night (59.20%) and easy to travel by car (71.20%) The sample of Thai tourist satisfaction of hostels around Yaowaraj Road were at a high level. However accommodation (\bar{X} = 4.10) location (\bar{X} = 4.05) service quality (\bar{X} = 3.99) prices (\bar{X} = 3.86)and service marketing mix(\bar{X} = 3.75) affect Thai tourist satisfaction toward the hostel service around Yaowaraj Road.

Keywords: Hostel, Yaowaraj , Marketing Mix

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมภาคบริการมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมอันดับหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย อาทิเช่น โรงแรมภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่งต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เป็นต้น ด้วยอุตสาหกรรมต่างๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดอัตราการจ้างงานการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาชาวบ้านนำไปสู่การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและเป็นการสร้าง

กระแสเงินหมุนเวียนที่ได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนอกจากนี้ยังรวมไปถึงช่องทางที่นำไปสู่การพัฒนาทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของกรุงเทพมหานครถือเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางความเจริญทุกๆด้าน และเหตุผลหลักส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเลือกกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดแรกเนื่องมาจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายหลากหลายประเภท เป็นเมืองที่สี่สัณยามค่าคืนและช่วงกลางวันสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และโบราณสถาน อาทิเช่น พระบรมหาราชวัง พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท พระที่นั่งจักรมมหาปราสาท วัดพระศรีรัตนมหาศาสดาราม พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นต้น (อรุณี ลอมเศรษฐี,2554) กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องด้วยเป็นศูนย์กลางของความเจริญและความสะดวกในทุกๆด้านไม่ว่าจะเป็นการปกครอง เศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม การคมนาคมขนส่ง ระบบการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงโรงแรมและที่พัก เนื่องด้วยที่พักแรมเป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งยังเป็นธุรกิจหลักที่สร้างรายได้และสร้างอาชีพที่สำคัญ อย่างไรก็ตามธุรกิจที่พักแรมนั้นมีหลากหลายชนิดให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ อาทิเช่น โรงแรม โฮสเทล โมเทล รีสอร์ท บังกะโล คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ บ้านเช่า เป็นต้น(กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

สำหรับธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเป็นธุรกิจที่สร้างอาชีพและสร้างรายได้ที่สำคัญ ซึ่งที่พักแต่ละประเภทย่อมมีราคาเช่าที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดที่พักสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย อย่างไรก็ตามการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

จะขึ้นอยู่กับบรรณนิยม รายได้ และความสะดวกของตัวนักท่องเที่ยวเองไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเดินทางหรือสถานที่ใกล้เคียงที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปโดยไม่กระทบต่อค่าใช้จ่ายของตัวนักท่องเที่ยวมากด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจโฮสเทลได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเนื่องจากสามารถประหยัดค่าที่พักไปได้มากเมื่อเปรียบเทียบกับค่าที่พักตามปกติในโรงแรมซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวจะนิยมเลือกที่พักที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการเดินทางสะดวกอยู่ท่ามกลางของความอุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็น แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่แล้วพื้นที่ในลักษณะนี้จะมีอยู่มากมายภายในกรุงเทพมหานครมักเป็นจุดที่รู้จักกันดีและได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว อาทิเช่น ย่านเยาวราช ย่านสีลม ย่านสุขุมวิท ย่านสยามสแควร์ ย่านประตูน้ำ และแหล่งสรรพสินค้าต่างๆ ในส่วนของย่านเยาวราชซึ่งเป็นแหล่งชุมชนของคนจีนและคนไทยเชื้อสายจีนเป็นบริเวณที่มีความเจริญทางด้านการค้าในหลายๆด้าน แต่สิ่งที่เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญของที่นี่ คือ เป็นบริเวณที่เต็มไปด้วยภัตตาคารร้านอาหารทั้งไทยและจีน ที่น่าสนใจหลากหลายชนิดให้เลือกลิ้มลอง นอกจากนี้ยังมีแหล่งช้อปปิ้ง วัดไทย-จีน ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชมและสักการะ รวมไปถึงแหล่งที่พักในราคาประหยัดไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในบริเวณถนนเยาวราช เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา บริเวณถนนเยาวราชเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา บริเวณถนนเยาวราชเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของปัญหา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ดำเนินการศึกษาโดยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์พักแรมเป็นตัวแปรอิสระ ส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ที่พักตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเป็นตัวแปรตาม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากรดำเนินการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยว ที่พำนักในที่พักบริเวณถนนเยาวราช กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในบริเวณถนนเยาวราชกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน พ.ศ.2560

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัย โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในบริเวณถนนเยาวราชในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2559 – เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 19,994,403 คน (สถิติด้านการ

ท่องเที่ยว, 2560) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2560 โดยการสุ่มแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลและปัญหา รวมทั้งข้อเสนอแนะซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารทฤษฎีแนวคิดต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ โดยลักษณะเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check list) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์การเข้าใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลโดยให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด โดยแบบสอบถามเป็นรูปแบบตามมาตรแบบอันตรภาคชั้น (Likert Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1.วิธีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการโฮสเทลบริเวณถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2.ในการศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การศึกษาภาคสนาม (Field Research) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีทั้งแบบสอบถามภาคปลายปิดและแบบสอบถามภาคปลายเปิด

3.การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ บทความทางวิชาการ รายงาน แนวความคิด ทฤษฎี วิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรับปรุงและดัดแปลงเพื่อสร้างกรอบแนวความคิดการศึกษา

4.วิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ต่อไป

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี โดยมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี(2554) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,000 - 30,000 บาท

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในบริเวณถนนเยาวราชมีระยะเวลาที่พักอยู่ในโฮสเทลเป็นระยะเวลา 2 คืนโดยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว มีวิธีในการจองห้องพักเป็น Walk in โดยให้เหตุผลในการเลือกพักโฮสเทลเพราะตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ราคาไม่แพงเกินไปการเดินทางสะดวกสบาย มีวิธีในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีบางส่วนสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กัญญา บุญพรม (2551) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต กรณีศึกษา : เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม ต้องการพักแรมเป็นระยะเวลา 4-6 คืน มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เหตุผลที่เลือกเข้าพัก คือ ราคาคุ้มค่ากับการบริการ ใกล้ที่ท่องเที่ยว เดินทางสะดวกด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีการจองห้องพักในรูปแบบ Booking , Walk in

ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวการพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราช จำแนกตามสถานภาพทั่วไป พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราช ที่มีเพศต่างกันโดยรวมแล้วแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันการพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราชจำแนกตามอายุพบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราช ที่มีอายุต่างกันโดยรวมไม่

แตกต่างกัน จำแนกตามการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราช ที่มีการศึกษากันโดยรวมแล้วแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่พัก ด้านพนักงานให้บริการ ด้านปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน การพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราชจำแนกตามรายได้ พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราช ที่มีรายได้ต่างกันโดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านที่พัก ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณถนนเยาวราชจำแนกตามอาชีพพบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณถนนเยาวราช ที่มีอาชีพต่างกันโดยรวมแตกต่างกันและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่พัก ด้านพนักงานให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีบางส่วนสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทิพย์รัตน์ คงสุนทรกิจกุล, เกานรินทร์ กุลเสวต, และศิวพันธ์ จันทร่มอง (2552) ทำการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปวัยเกษียณอายุโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจ

เลือกโรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป วัยเกษียณอายุและเพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนา รูปแบบของโรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาว ยุโรป พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปวัยเกษียณอายุ คือ ด้าน รูปแบบและการบริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ บรรยากาศบริเวณที่พัก การมี มาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักตกแต่งภายในและ ภายนอก สถานที่ตั้งของโรงแรมที่สามารถเข้าถึงได้ ง่ายและความมีชื่อเสียงของโรงแรมที่พัก ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการตอบรับการจอง ที่พักออนไลน์ และความสะดวกรวดเร็วในการ สำรองที่พักผ่านบริษัทนำเที่ยวในประเทศของตน ด้านราคาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเหมาะสมต่อรายได้และความเหมาะสมของ ราคาอาหาร และด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการ สื่อสารทางการตลาดให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก การสืบค้นข้อมูลของโรงแรมที่พักซึ่งประเภทสื่อทาง การตลาดที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ รองลงมา คือ วารสาร นิตยสารหรือเอกสาร ด้านที่พักและศูนย์ข้อมูลการ ท่องเที่ยวไทยในประเทศ เพศและสัญชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านรูปแบบ และการ บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน ส่งเสริมการขาย และการสื่อสารทางการตลาดไม่ แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ให้

ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านรูปแบบ และการบริการแตกต่างกัน อายุและรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้าน ราคาแตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนและอาชีพให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการ ตลาดด้านการส่งเสริมการขาย และการสื่อสารทาง การตลาดแตกต่างกันและปัจจัยทางการตลาดด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การขาย และการสื่อสารทางการตลาดมีความ สัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านรูปแบบและการ บริการมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางต่อการ ตัดสินใจเลือกโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาว ยุโรปวัยเกษียณอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลควรมีการส่งเสริมการตลาดให้เพิ่มมากขึ้นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. สถานประกอบการเกี่ยวกับที่พัก ควรมีการปรับปรุงวิธีการกำหนดอัตราค่าที่พักและบริการ ต่างๆ ควรกำหนดราคาที่ชัดเจน ไม่ควรปรับราคา ขึ้นในช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยว
3. ควรมีการจัดอบรมพนักงานในด้านการ ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพใน การทำงานเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. **สืบค้นกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.** <http://www.mots.go.th/main.php?filename=index> สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2560
- กัมปนาท บุญพ้อมี. 2551. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ทกรณีศึกษา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่.** วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- ทิพย์รัตน์ คงสุนทรกิจกุลและคณะ. 2552. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา. (รายงานผลการวิจัย).** มหาวิทยาลัยนเรศวร
- อรุณี ลอมเศรษฐ์. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี