

การพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE DEVELOPMENT OF HOSTELS TO ACCOMMODATE TOURISTS IN AYUTTHAYA

พิมพ์พร พิมพ์สุวรรณ¹ ชาสินี สำราญอินทร์² และเบญจพร เชื้อผึ้ง³Phimphorn Phimsuwan¹ Chasinee Sumran-in² and Benjaporn Chuapung³^{1,2,3}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ^{1,2,3} Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Received: November 15, 2019 / Revised: February 14, 2020 / Accepted: February 27, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน และผู้ประกอบการโฮสเทล 16 แห่ง ใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า โฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยมีระบบการบริหารงานแบบเจ้าของคนเดียว ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักจากการอ่านบทวิจารณ์จากสื่อโซเชียลมีเดีย โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และนิยมเดินทางคนเดียว เฉลี่ยพักค้างคืนเพียง 1 คืน ในราคา 600 บาท ด้านความพึงพอใจนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการในโฮสเทลอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลนั้น ที่พักควรเน้นความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน การออกแบบและตกแต่งต้องมีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจ และควรมีมุมไว้สำหรับพักผ่อน ด้านราคาต่อคนห้องนอนรวมแบบพัดลมควรอยู่ที่ 200 บาท และ 400 บาท สำหรับห้องนอนรวมแบบมีเครื่องปรับอากาศ และควรมีราคาสำหรับช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) สถานที่ตั้งควรอยู่ในพื้นที่ที่มีรถสาธารณะให้บริการหรืออยู่ใกล้ชุมทางการคมนาคม ควรพัฒนาทักษะวิชาชีพและการสื่อสารภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรเพื่อพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อส่งต่อหรือให้ความช่วยเหลือกันในด้านต่างๆ

คำสำคัญ: การพัฒนา โฮสเทล พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ

Abstract

This research is a combination of qualitative research and quantitative research. The objective is to study the behavior and satisfaction of hostel accommodation service for

tourists to the development and tourists' support in Ayutthaya province. The sample group is Thai tourists of 400 people, foreign tourists of 400 people, and entrepreneurs of 16 hostels. The tools used are questionnaires and interview forms. The data were analyzed by using package software with a descriptive statistic, frequency, percentage, mean, and standard deviation. The result found that the hostels in Ayutthaya have a high level of structure and facilities which have one owner management system. The tourists' behavior indicated that tourists decided to stay by review from social media, and most of them intended to travel for leisure and prefer to travel alone. The average stay was 600 baht per night. The satisfaction for services of the hostels is the highest level. The hostels should be clean, have common facilities. Their decorations must be unique to attract attention, and they should have a relaxing corner. Price, 200 bath for shared bedroom with fan 400 bath for air conditioning per person. The price should have for high season and low season. The location should be in an area with public transportation. Staff are also encouraged to develop their skills and English communication to be ready for services and should be a group of entrepreneurs for referring tourists or providing a variety of assistance.

Keywords: The Development, Hostels, Tourist Behavior, Satisfaction

บทนำ

ประเทศไทยประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน รวมทั้งมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวมุ่งหน้าจากทุกมุมโลกเดินทางมาสัมผัสวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต จากสถิติของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า ในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 32 ล้านคนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 ถึง 10 ล้านคน (Department of Tourism, 2017) จากสถิติข้างต้นถือเป็นโอกาสดีสำหรับอุตสาหกรรมที่พักที่จะพัฒนารูปแบบและมาตรฐานเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเดินทางมาเพื่อสัมผัสความงดงามของโบราณสถาน ทำให้มีนักท่องเที่ยวล้นหลามตลอด

ทั้งปี จากรายงานสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี พ.ศ. 2561 พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีรายได้ค่าห้องพักจำนวนทั้งสิ้น 1.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 10.75 (Department of Tourism, 2017) จากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดที่พักหลากหลายรูปแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท ประกอบไปด้วย โรงแรมขนาดใหญ่ โรงแรมขนาดกลาง และโรงแรมขนาดเล็ก รวมถึงที่พักแบบประหยัด เช่น เกสต์เฮาส์และโฮสเทล ซึ่งโฮสเทลเป็นที่พักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีราคาที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับที่พักแบบอื่นๆ

ในปัจจุบันพบว่า ประเทศไทยมีโฮสเทลมากกว่า 2,000 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของที่พักทั้งหมด เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบและการบริหารงานของโฮสเทลนับเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและไม่มีข้อจำกัดตายตัว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีอิสระ

ในการออกแบบรูปแบบได้ตามต้องการ โดยอาศัยความโดดเด่นและเอกลักษณ์ประจำตัวมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Marketing Oops, 2016) โดยรูปแบบของที่พักรูปแบบโฮสเทลจะมีลักษณะนอนรวมกันหลายคน มักจะจัดห้องให้มีเตียงซ้อนกันเพื่อประหยัดพื้นที่ นอกจากนี้ ยังต้องมีพื้นที่ส่วนรวมที่ผู้เข้าพักสามารถใช้ร่วมกันได้ เช่น ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น ห้องอ่านหนังสือ เป็นต้น (Klampai boon & Srisukorn, 2016) และโฮสเทลยังถือเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับผู้ประกอบการในธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงธุรกิจรถเช่าอีกด้วย จากปัจจัยข้างต้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลทั้งเก่าและใหม่ รวมถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจจะประกอบธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลได้พัฒนาคุณภาพของที่พักและการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภค Schmoll (cited in Parasakul, 2012) ได้เสนอรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนด

พฤติกรรมการเดินทางประกอบด้วยแรงจูงใจ ความปรารถนา ความต้องการ ความจำเป็น และความคาดหวังต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้มีผลมาจากสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว ความมั่นใจของตัวนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวเคยมีมาก่อน ข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณ ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว 2) ปัจจัยทางสังคม 3) ปัจจัยส่วนบุคคล 4) ตัวแปรภายนอก และคุณลักษณะต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแต่ละมิติจะส่งผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

Nakpaen (2012) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว การที่จะเข้าใจว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมและลักษณะในการท่องเที่ยวอย่างไร รวมทั้งมีปัจจัยใดบ้างที่จะมาเป็นตัวกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก

Auesirinukroh (2015) ได้ศึกษาถึงแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคสินค้าว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ผู้บริโภคมีความพึงพอใจแค่ไหนเพื่อนักการตลาดจะนำคำตอบที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของ

ผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค นิยมใช้หลัก 6 W1H ประกอบด้วย 1) Who 2) What 3) Why 4) Who 5) When 6) Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ประกอบด้วย Occupant, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operation จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจต่างๆ เองแบบอิสระ โดยอาศัยจาก แรงจูงใจความปรารถนา ความต้องการ ความคาดหวัง ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้มีผลมาจากสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย โดยจะประกอบไปด้วย จะเดินทางอย่างไร เดินทางกับใคร ราคาเท่าไร จะพักที่ไหน และอื่นๆ จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นนำมาสู่การสร้างตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัยและนำไปสร้างแบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมทางเลือกใช้โฮสเทล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) Thainwimonchai (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของคน อันเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมเมื่อบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ซึ่งสภาพ หรือคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่ โดยค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Kotler (cited in Patcharawalai, 2016) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิหวางซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง

ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ

Sittisarn (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองโดยความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบจะมีความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายและตามความพึงพอใจ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้มารับบริการจึงเป็นหัวใจของธุรกิจบริการ การสร้างมาตรฐานการให้บริการจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี รู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีแรงจูงใจที่จะมาใช้บริการอีก จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลๆ หนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ประสบการณ์ การปฏิบัติที่บุคคลนั้นได้รับ และความพึงพอใจนี้จะแปรผันตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล หากเป็นความรู้สึกในทางบวกบุคคลนั้นก็จะรู้สึกพึงพอใจ แต่หากเป็นความรู้สึกด้านลบบุคคลนั้นก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นนำมาสู่การสร้างตัวแปรในกรอบแนวคิดและสร้างเครื่องมือในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการของโฮสเทล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) Kotler (as cited in Rattanasomchok, 2015) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร (4P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้น

จึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7P's

Kotler (cited in Neamhom, 2017) อธิบายว่าแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) นั้นเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายบริการ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาสิ่งต่างๆ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบริการ (Process) บุคลากร (People) และลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน

Pimonsompong (2017) กล่าวถึงองค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลายๆ อย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ (4P's) และปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ (นอกเหนือจาก 4P's) เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ องค์ประกอบเหล่านี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการซื้อ และการจัดรวมผลิตภัณฑ์ จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการตลาดบริการเป็นการตลาดที่มีลักษณะที่ผู้รับบริการไม่สามารถจับต้องหรือทดลองสินค้าได้ก่อน ทั้งนี้ การบริการและการรับบริการจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน โดยส่วนประสมทางการตลาด สามารถแบ่งได้ 7 ตัว (7P's) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นนี้นำมาสู่การสร้างตัวแปรในกรอบแนวคิดและนำมาสู่การออกแบบแบบสัมภาษณ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานที่พักแบบโฮสเทล ปรับปรุงจากโครงสร้างมาตรฐาน

เกสต์เฮ้าส์ (Guesthouse) ของ Ministry of Tourism and Sports (2009) กล่าวว่ามาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวถือว่ามีสำคัญยิ่ง เนื่องจากสถานที่พักระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นมาก เพราะการเดินทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีสถานที่พักที่ดี ดังนั้น การกำหนดระดับคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักประเภทต่างๆ ให้ชัดเจนจึงถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพราะจะสามารถประกันระดับคุณภาพการให้บริการที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน โดยโครงสร้างมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทเกสต์เฮ้าส์ แบ่งออกเป็น 9 หมวด ดังนี้ หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไปและที่จอดรถ หมวดที่ 2 โถงต้อนรับห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร หมวดที่ 3 ห้องพักแบบมาตรฐาน (Standard) (รวมทางเดินระเบียง และห้องน้ำ) หมวดที่ 4 ห้องพักแบบพิเศษมีห้องนั่งเล่น (Suite) หมวดที่ 5 พนักงานทุกส่วน และทุกระดับ หมวดที่ 6 ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป หมวดที่ 7 ทรัพยากรและชุมชนแวดล้อม หมวดที่ 8 ส่วนของพนักงาน และหมวดที่ 9 คุณลักษณะ และเสริมอื่นๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

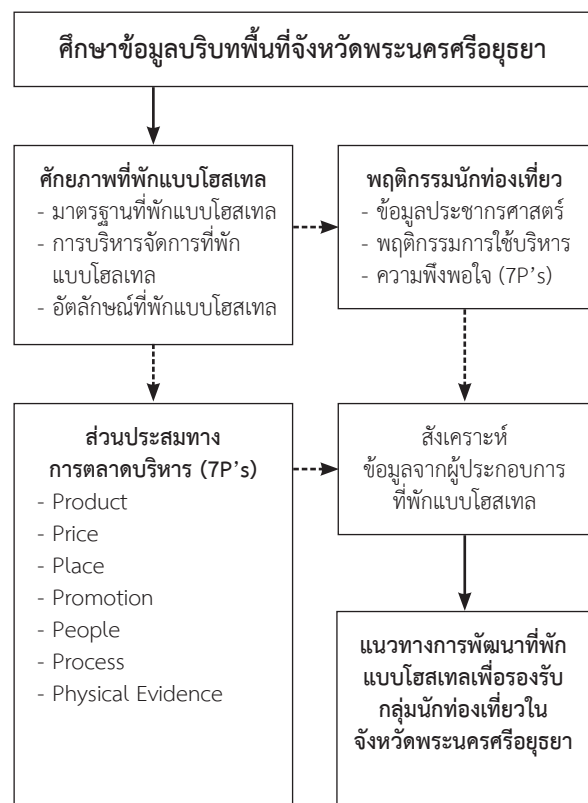
Rattanawangcharoen (2012) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างและการดำเนินงานของการประกอบธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทล 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักแรม 3) เพื่อศึกษาถึงอุปทาน ความสามารถในการรองรับอุปสงค์ในกลุ่มธุรกิจประเภทนี้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ธุรกิจโฮสเทลในแต่ละแห่งมีปัจจัยที่แตกต่างกันไปตามตัวแปร เช่น สถานที่ตั้ง ตัวอาคาร หรือเงินทุน ในการประเมินศักยภาพพบว่า ธุรกิจโฮสเทลมีศักยภาพอยู่ในระดับที่ดี และตัวผู้ประกอบการได้มีการสร้างจุดเด่นให้กับโฮสเทลของตนด้านพฤติกรรมของผู้เข้า

พักโฮสเทลในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโฮสเทลผ่านทางอินเทอร์เน็ต และบางส่วนที่ทราบจากการแนะนำโดยเพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัว สาเหตุที่เข้าพัก ส่วนใหญ่คือ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีระยะเวลาในการเข้าพักแตกต่างกันไป

Thyne, Davies & Nash (2005) ได้วิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดแบ็คแพ็คเกอร์ในสกอตแลนด์: กรณีศึกษาของสมาคมเยาวชนสกอตแลนด์พบว่า ตลาดแบ็คแพ็คเกอร์โดยรวมในสหราชอาณาจักรได้รับการยอมรับว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญและกำลังเติบโต (Keeley, 2001) อย่างไรก็ตาม พวกเราขาดความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของคนกลุ่มลูกค้าที่เป็นตลาดที่สำคัญนี้ โดยเฉพาะด้านแรงจูงใจของพวกเขาในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ดำเนินการ (ไลฟ์สไตล์)

Khongarn, Vadhanapakorn & Katekaew (2016) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ วิเคราะห์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการความคิดเห็น และทัศนคติ การรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณอยู่ในระดับมากทุกด้าน องค์ประกอบหลักของรูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ ควรสะท้อน

ความเป็นวัฒนธรรมไทยในงานบริการ ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีความต้องการที่หลากหลาย โอกาสเติบโตของลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการจ่ายมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการจะมาใช้บริการเป็นระยะเวลายาวนานในแต่ละครั้ง ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นทุกปี หากได้รับการบริการที่ดีและราคาห้องพักไม่ได้ปรับสูงขึ้นมากในแต่ละปี ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะมีการมาใช้บริการซ้ำอยู่ตลอดเวลา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีระหว่าง การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือ คือ แบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้ บริการที่พักแบบโฮสเทล เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทาง

เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยไม่ทราบขนาดของประชากรใช้ตารางสำเร็จรูปของยามาเน่ (Yamane) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 5 (0.05) ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องเคยพักค้างแรมหรือกำลังพักค้างแรมที่โฮสเทล ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบชนิดเลือกตอบ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ สัญชาติ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยยึดแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการแจกแจงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่า 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด และมีเกณฑ์การประเมินดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก

2.61-3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทล โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สัมภาษณ์มาตรฐานที่พักแบบโฮสเทล โดยใช้มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทที่พักขนาดเล็ก (Guest-house) จำนวน 17 ด้าน ตั้งเป็นชุดคำถาม ตอนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) เป็นเกณฑ์การตั้งคำถามกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนทั้งสิ้น 16 แห่ง ใช้วิธีการเลือกตัวกลุ่มอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดคุณลักษณะของผู้ประกอบการคือ ต้องดำเนินธุรกิจและมีประสบการณ์การให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี

ผลการวิจัย

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโฮสเทล	ชาวไทย (ค่าร้อยละ)	ชาวต่างชาติ (ค่าร้อยละ)
เป็นการเข้าพักโฮสเทลเป็นครั้งแรก	87.50	92.50
เลือกพักตามรีวิวของสื่อโซเชียลมีเดีย	60.50	51.00
พักจำนวน 1 คืน	76.30	61.80
ราคาที่พักไม่เกิน 600 บาท	55.50	35.80
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือ มาพักผ่อน	98.00	88.30
เดินทางมาคนเดียว	27.30	36.30
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
- รถส่วนตัว	81.00	-
- อื่นๆ (รถไฟ)	-	36.80
การเข้าถึงข้อมูลโดยสื่อโซเชียลมีเดีย	81.00	65.50
ประสงค์จะกลับมาพักอีกหรือไม่	74.00	82.70

จากตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของพฤติกรรม การเลือกใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมา เข้าพักที่โฮสเทลนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 87.50 และ 92.50 ตามลำดับ และเหตุผลที่เลือกพักที่โฮสเทล แห่งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มาเข้าพักตามรีวิวในสื่อโซเชียล คิดเป็นร้อยละ 60.5 และร้อยละ 51.00 ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า หากผู้ประกอบการต้องการทำการส่งเสริมการตลาด ก็สามารถทำผ่านสื่อโซเชียลได้เพราะนักท่องเที่ยว ให้ความสนใจและพิจารณาจากสื่อโซเชียลด้าน ราคา ที่พักที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ต่อคืนพบว่า ชาวไทยสามารถจ่ายได้ที่ราคาไม่เกิน 600 บาท ต่อคืน คิดเป็นร้อยละ 55.50 ส่วนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 35.80 จากผลการ วิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีกำลังการซื้อชื้อมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อ พิจารณาจากค่าร้อยละดังกล่าว ด้านวัตถุประสงค์ ในการเดินทางพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน คิดเป็น

ร้อยละ 98.00 และร้อยละ 88.30 ด้านจำนวนผู้ร่วม เดินทางพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงลำพัง (คนเดียว) คิดเป็น ร้อยละ 27.30 และ 36.30 ด้านยานพาหนะที่ใช้ ในการเดินทางพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทาง มาด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 81.00 นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติเดินทางมาด้วยวิธีอื่นๆ (รถไฟ) คิดเป็น ร้อยละ 36.80 จากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถสาธารณะใน การเดินทาง ดังนั้นหากผู้ประกอบการโฮสเทลจะ เลือกทำเลที่ตั้งก็อาจจะพิจารณาและให้ความสำคัญ กับที่ตั้งที่ใกล้จุดคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานี เดินทางโดยสารสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านการเข้าถึงข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จัก โฮสเทลจากอินเทอร์เน็ต/โซเชียล คิดเป็นร้อยละ 81.00 และร้อยละ 65.50 และนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติประสงค์จะกลับมาพักที่นี่คิดเป็น ร้อยละ 74.00 และร้อยละ 82.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ส่วนประสม ทางการตลาดบริการ (7Ps)	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน					
	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านที่พัก (Product)	4.32	0.728	พึงพอใจมากที่สุด	4.33	0.752	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านราคา (Price)	4.36	0.664	พึงพอใจมากที่สุด	4.39	0.692	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการ จัดจำหน่าย (Place)	4.30	0.786	พึงพอใจมากที่สุด	4.31	0.797	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.18	0.883	พึงพอใจมาก	4.18	0.884	พึงพอใจมาก
5. ด้านบุคลากร (People)	4.49	0.659	พึงพอใจมากที่สุด	4.45	0.710	พึงพอใจมากที่สุด
6. ด้านกระบวนการ (Process)	4.47	0.612	พึงพอใจมากที่สุด	4.45	0.652	พึงพอใจมากที่สุด
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.32	0.619	พึงพอใจมากที่สุด	4.34	0.709	พึงพอใจมากที่สุด
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.34	0.707	พึงพอใจมากที่สุด	4.35	0.742	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ย 4.49 ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านราคามีค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านที่พักและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.30 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ มีผลรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดด้านความพึงพอใจในการใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ย 4.45 ด้านราคามีค่าเฉลี่ย 4.39 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านที่พักมีค่าเฉลี่ย 4.33 ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ มีผลรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 ผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการดำเนินธุรกิจที่พักแบบโฮสเทล ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการทั้ง 16 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์คือ ห้องพักของโฮสเทลจะแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ ห้องพักรวมชาย ห้องพักรวมหญิง และห้องพักแบบครอบครัวมีรูปแบบการบริหารงานแบบอิสระ (เจ้าของคนเดียว) ด้านราคาห้องพัก ผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลตั้งราคาออกเป็น 2 แบบ คือ ห้องพัสดุและห้องที่ติดเครื่องปรับอากาศ โดยราคาเริ่มต้นจะอยู่ที่ 150 บาท

ราคาสูงสุดอยู่ที่ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไป ด้านช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ผู้เข้าพักสามารถจองตรงกับทางโฮสเทลโดยผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์ และสามารถจองผ่านตัวแทนจำหน่ายแบบออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์จะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเป็นหลักเนื่องจากใช้งบประมาณไม่มากนักเกินไป และสะดวกสบายด้านส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการเลือกใช้วิธีการให้อาหารเช้าฟรีแก่ผู้เข้าพักและการให้ส่วนลดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ด้านพนักงานพบว่า จำนวนพนักงานมีเพียงพอในการต้อนรับและให้บริการแก่ผู้เข้าพักแต่ด้านความรู้ด้านภาษาอังกฤษยังมีไม่มากพอ จำกัดเฉพาะบางตำแหน่ง เช่น พนักงานที่ทำหน้าที่ต้อนรับ เป็นต้น ส่วนพนักงานทำความสะอาดห้องพักและตำแหน่งอื่นๆ ยังขาดความรู้ในด้านนี้ ด้านระบบการสำรองห้องพัก การลงทะเบียนเข้าพัก และการชำระเงินค่าห้องพัก มีช่องทางที่หลากหลายและรวดเร็วมาก ประกอบไปด้วยการโทรศัพท์มาจองโดยตรง การจองผ่านเว็บไซต์ และจองผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยระบบการรับชำระค่าห้องพักสามารถโอนเงินผ่านบัญชีชำระด้วยเงินสด และชำระผ่านบัตรเครดิต และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพผู้ประกอบการโฮสเทลจะสร้างอัตลักษณ์หรือจุดเด่นที่ดึงดูดใจผู้เข้าพัก เช่น ใช้สีเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับห้องพักแต่ละประเภท และตกแต่งให้เป็นเสมือนว่าเข้าพักยังบ้านของตนเอง ใช้ต้นไม้ในการตกแต่งให้ความรู้สึกผ่อนคลายจากการได้อยู่ใกล้ธรรมชาติ และมีจุดเน้นที่เหมือนกันคือ ความสะอาด และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพียงพอต่อความต้องการของแขกผู้เข้าพัก

ตารางที่ 3 มาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรูปแบบโฮสเทล

มาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรูปแบบโฮสเทล	ค่าร้อยละ
1. สถานที่ตั้งและการเดินทาง	100.00
2. ป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์	100.00
3. สภาพแวดล้อมและสิ่งก่อสร้างทั่วไป	100.00
4. ที่จอดรถและบริการรับ-ส่ง	67.23
5. โถงต้อนรับ	89.60
6. ห้องน้ำสาธารณะ	85.00
7. ทางสัญจรภายในอาคาร	09.40
8. ทางเดินหรือระเบียงนอกห้องพัก (ทุกชั้น)	62.52
9. ห้องพัก	81.26
10. เครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพัก	60.98
11. ของใช้ในห้องพัก	48.33
12. ห้องน้ำในห้องพัก	68.88
13. พนักงานทุกส่วนและทุกระดับ	85.37
14. ระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัย	66.38
15. ด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร และพลังงาน	93.77
16. ด้านชุมชน สังคม และสิทธิมนุษยชน	92.73
17. ส่วนของพนักงาน	54.49

จากตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรูปแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า มาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรูปแบบโฮสเทลด้านสถานที่ตั้งและการเดินทาง ด้านป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ และด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งก่อสร้างทั่วไปมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 100 ด้านสิ่งแวดล้อมทรัพยากรและพลังงานมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 93.77 ด้านชุมชนสังคมและสิทธิมนุษยชนมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 92.73 ด้านโถงต้อนรับมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 89.60 ด้านพนักงานทุกส่วนทุกระดับมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.37 ด้านห้องน้ำสาธารณะมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 85.00 ด้านห้องพักมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 81.26 ด้านรถและบริการรับ-ส่งมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 67.23 ด้านห้องน้ำในห้องพักมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 68.88 ด้านระบบความปลอดภัยอัคคีภัยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ

66.38 ด้านทางเดินหรือระเบียงนอกห้องพัก (ทุกชั้น) มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 62.52 ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพักมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 60.98 ด้านส่วนของพนักงานมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 54.49 และด้านทางสัญจรภายในอาคารมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 9.40 ตามลำดับ จากค่าร้อยละเฉลี่ยนี้พบว่า ด้านของใช้ในห้องพักและด้านทางสัญจรภายในห้องพักมีค่าเฉลี่ยร้อยละไม่ถึง 50 ซึ่งต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานเพื่อพร้อมบริการกลุ่มนักท่องเที่ยว

ด้านแนวทางการพัฒนาที่พักรูปแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 16 แห่ง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาที่พักรูปแบบโฮสเทลผู้ประกอบการให้แนวทางในการพัฒนาดังนี้ 1) ด้านที่พัก ห้องพักต้องสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้เพียงพอต่อความต้องการของ

ผู้เข้าพัก ห้องนอนต้องสะอาดแยกเป็นสัดส่วน ห้องน้ำ ต้องแยกชาย-หญิง 2) ด้านราคา ราคาห้องพักควร อยู่ที่ 200 บาท สำหรับห้องนอนรวมแบบพัดลม และ 400 บาท สำหรับห้องนอนรวมแบบมีเครื่องปรับอากาศ 3) ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการที่พักประเภท โฮสเทล เพื่อส่งต่อหรือให้ความช่วยเหลือกันในด้าน ต่างๆ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทันสมัย ลูกค้า สามารถติดต่อและสำรองห้องพักได้ตลอดเวลา 4) ด้าน การส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดทำส่วนลดในช่วง นอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) โดยไม่ตัดราคา ขายกันเอง แต่ควรพัฒนาคุณภาพด้านการบริการให้ ดียิ่งขึ้น ทดแทนการลดราคาเพื่อให้ผู้ประกอบการเอง ไม่ขาดทุน 5) ด้านบุคลากรควรส่งเสริมและพัฒนา ทักษะด้านวิชาชีพการโรงแรมและการบริการ และ ทักษะด้านการสนทนาภาษาอังกฤษ โดยหน่วยงาน ภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมด้านนี้ 6) ด้านกระบวนการ ควรมีความรวดเร็วและใช้เครื่องมือที่ทันสมัยใน การบริการนักท่องเที่ยว 7) ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ ผู้ประกอบการควรสร้างเอกลักษณ์และ จุดขาย (ธีม) และเพิ่มจุดที่เป็นจุดพักผ่อน เช่น สวน หอย่อมหรือมุมนั่งเล่น เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาที่พัก แบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยามีโฮสเทลจำนวนทั้งสิ้น 16 แห่ง เปิดดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี มีศักยภาพ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ถึงวันละ 650 คน โฮสเทลเป็นหนึ่งในสถานที่ให้บริการที่พักที่มีลักษณะ เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Ministry of Tourism and Sports (2009) เรื่องมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับที่พักขนาดเล็ก กล่าวว่าที่พักขนาดเล็กต้องมีมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 17 ด้าน ในส่วนของการดำเนินธุรกิจจะใช้ระบบการบริหาร งานแบบอิสระ (เจ้าของคนเดียว) มีผลิตภัณฑ์หลักคือ ที่พักโดยห้องพักแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ ที่พัก รวมแบบแยกชายหญิง และห้องพักแบบครอบครัว ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้นักท่องเที่ยวจองตรงกับโฮสเทลผ่านโทรศัพท์ ผ่านเว็บไซต์ของโฮสเทลและจองผ่านเว็บไซต์ของ ตัวแทนจำหน่าย โดยทางผู้ประกอบการจะจ่ายค่า นายหน้าให้กับตัวแทนจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์ นิยมใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Facebook) เนื่องจากไม่ต้องใช้งบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์มากและในการส่งเสริมการตลาดจะ ใช้วิธีให้อาหารเช้าฟรีและมีส่วนลดช่วงนอกฤดูกาล ท่องเที่ยว (Low Season) ด้านจำนวนพนักงานมี เพียงพอในการต้อนรับและให้บริการ แต่ความรู้ ด้านภาษาอังกฤษยังมีจำกัดเฉพาะบางตำแหน่ง เช่น พนักงานที่ทำหน้าที่ต้อนรับ และรับจองห้องพัก เป็นต้น ด้านระบบการสำรองห้องพัก การลงทะเบียนเข้าพัก จะใช้วิธีการสำรองห้องพักโดยการโทรศัพท์มาจอง หรือจองผ่านเว็บไซต์ หรือจองผ่านตัวแทนจำหน่าย ด้านระบบการรับชำระค่าบริการห้องพัก สามารถชำระ ด้วยระบบการโอนเงินผ่านบัญชี ชำระด้วยเงินสด และ ชำระผ่านบัตรเครดิต สำหรับจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ ของโฮสเทล ผู้ประกอบการควรสร้างเอกลักษณ์และ จุดขาย (ธีม) และจุดพักผ่อน เช่น สวนหอย่อม หรือ มุมนั่งเล่น เป็นต้น และเน้นความสะดวกและจัดให้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้เพียงพอต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Rattanawangcharoen (2012) กล่าวว่าตัวผู้ประกอบการ มีการสร้างจุดเด่นให้กับโฮสเทลของตน เช่นการ ให้ความเป็นกันเองแก่ผู้เข้าพัก การให้บริการเสริม ต่างๆ เป็นต้น สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการที่พัก แบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักเพราะอ่านรีวิวใน สื่อโซเชียลมีเดีย โดยเฉลี่ยจะเข้าพัก 1 คืน และราคา

ค่าที่พักที่สามารถจ่ายได้สำหรับห้องรวมราคาไม่เกิน 600 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและมักเดินทางมาคนเดียว นักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้บริการรถส่วนตัว แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะใช้บริการรถสาธารณะ เช่น รถไฟในการเดินทาง เป็นต้น สอดคล้องกับ Thyne, Davies & Nash (2005) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบแบ็คแพ็คเกอร์และมักเดินทางมาคนเดียว โดยการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมจะเลือกตามไลฟ์สไตล์ของตนเองด้านความพึงพอใจในการใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านที่พัก ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ และมีผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ด้านกระบวนการด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านที่พักด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ มีผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Sittisarn (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความพึงพอใจได้รับการตอบสนอง และสอดคล้องกับ Khongharn, Vadhanapakorn & Katekaew (2016) กล่าวว่าหากนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดีและราคาห้องพักไม่ได้ปรับสูงขึ้นมากในแต่ละปี นักท่องเที่ยวจะมีการมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องสำหรับแนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ประกอบการให้แนวทางการพัฒนาว่า โฮสเทลต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดของที่พักรับอันดับแรก และต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของผู้เข้าพัก ห้องนอนและห้องน้ำต้องแยกชายหญิง ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีการรวมกลุ่มของที่พักระเภทโฮสเทล เพื่อส่งต่อหรือให้ความช่วยเหลือกัน ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดทำส่วนลดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ไม่ควรตัดราคาขายกันเอง เน้นการบริการที่ดีเพื่อทดแทนการลดราคา ด้านบุคลากร ควรพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ โดยหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบการที่สนใจจะประกอบธุรกิจควรมีการสร้างเอกลักษณ์และจุดขายเป็นของตนเอง (ธีม) และด้านกระบวนการควรให้บริการด้วยความรวดเร็วและใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ

สรุปผล

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าพักจากการอ่านบทวิจารณ์จากสื่อโซเชียลมีเดีย โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และนิยมเดินทางคนเดียว เฉลี่ยพักค้างคืนเพียง 1 คืน ในราคา 600 บาท

2. ด้านความพึงพอใจการใช้บริการที่พักแบบโฮสเทลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจการใช้บริการด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านที่พักมากที่สุด

3. แนวทางการพัฒนาที่พักแบบโฮสเทลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ด้านห้องพักเน้นความสะอาด ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ด้านราคาของห้องพัก ห้องพักรวมพัสดุมาราคาควรอยู่ที่ 200 บาทต่อคน และห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศควรอยู่ที่ 400 บาทต่อคน ด้านทำเลที่ตั้งควรอยู่ใกล้แหล่งคมนาคมที่สะดวก เช่น ใกล้สถานีรถไฟ สถานีขนส่งผู้โดยสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการไม่ควรตัดราคาขายเพื่อแย่งลูกค้ากันเองแต่ควรพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น ด้านบุคลากรควรมีการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถ

ด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ให้พนักงานทุกตำแหน่งสามารถสื่อสารได้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การออกแบบและตกแต่งมีเอกลักษณ์เป็นตัวตนของตนเองก่อนเพื่อดึงดูดความสนใจสร้างจุดขายหรือความแตกต่างให้กับโฮสเทล ด้านกระบวนการควรเน้นการใช้อุปกรณ์ให้ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพัก และที่สำคัญควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อส่งต่อหรือให้ความช่วยเหลือกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการ

โดยเข้ามาให้ความรู้ด้านทักษะวิชาชีพ และความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ 1) ทำเลที่ตั้ง (Place) ที่ต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าพัก โดยเฉพาะแขกชาวต่างชาติ ซึ่งนิยมใช้รถสาธารณะในการเดินทางท่องเที่ยว 2) การออกแบบและการตกแต่ง (Physical Evidence) ให้ตรงกับต้องการของกลุ่มลูกค้าโดยเน้นสร้างเอกลักษณ์และจุดขายเป็นของตนเอง (ธีม) และ 3) พนักงาน (People) เพราะโฮสเทลเป็นธุรกิจที่ต้องใช้บุคคลให้บริการ ดังนั้นพนักงานต้องมีความสามารถทางด้านวิชาชีพการบริการ และการสื่อสารภาษากลาง (ภาษาอังกฤษ)

References

- Auesirinukroh, B. (2015). *Buying Behavior and Decision Making Factor Opinions Among Japanese Manga Purchasers in Bangkok, Thailand*. An Independent Study, Master of Arts Program in Mass Communication Administration, Thammasat University. [in Thai]
- Department of Tourism. (2017). *Tourist statistics*. Retrieved June 15, 2017, from <http://newdot2.damartmultimedia.com> [in Thai]
- Khongharn, R., Vadhanapakorn, W. & Katekaew, A. (2016). Service Model Development in Hotel Business for Foreign Retirees Tourists. *Panyapiwat Journal*, 8(3), 122-134. [in Thai]
- Keeley, P. (2001). *The Backpacker Market in Britain*. Thatcham: Visit Britain Available.
- Klampaboon, W. & Srisukorn, C. (2016). *The Hostel Bible*. Bangkok: Super Green Studio. [in Thai]
- Marketing Oops. (2016). "Hostel" Rising star tourism business in 2016, receiving the trend of Solo Traveling. Retrieved June 15, 2017, from <http://www.marketingoops.com/reports/research/cmmu-research-traveling> [in Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2009). *Accommodation Standard for Tourism: Guesthouse*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Nakpaen, S. (2012). *Tourist Behaviors and Motivating Factors of Foreign Tourists Visiting In Pha -Ngan Island, Surat Thani Province*. Master's thesis, Master of Arts (Integrated Tourism Management), Dhurakij Pundit University.[in Thai]
- Neamhom, N. (2017). *The Marketing-Mix Factors Influencing the Decision-Making of the Students in Taking Vocational Education at Viboon Business Administration Technological College (VBAC), Ramintra*. Master's thesis, Master of Business Administration, Krirk University. [in Thai]

- Parasakul, L. (2012). *Tourist Behaviour*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Patcharawalai, P. (2016). *The Effect of Satisfaction with Service Quality and Image Perception of the Bank on Consumers Loyalty of Specialized Financial Institutions*. Master's thesis, Master of Business Administration, Bangkok University. [in Thai]
- Pimonsompong, C. (2017). *Tourism Planning and Marketing Development*. Bangkok: Kasetsart University Press. [in Thai]
- Rattanawangcharoen, B. (2012). *Potential Analysis of Hostel Business in Mueang District, Chiang Mai Province*. Master's thesis, Master of Economics Program, Chiang Mai University. [in Thai]
- Rattanasomchok, S. (2015). *Influences on Customer Satisfaction with The Bangkok Sky Train in Thailand*. Master's thesis, Master of Business Administration, Thammasat University. [in Thai]
- Sittisarn, P. (2008). *Study of Behavior and Satisfaction of Visitors of History Phra Nakhon Sri Ayutthaya*. Master's thesis, Master of Business Administration, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Thainwimonchai, S. (2008). *Customers' Satisfaction with The Tesco Lotus Distribution Center's Service at Wang Noi District in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*. Master's thesis, Master of Business Administration, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Theerakwanroj, T. (2003). *Services Marketing*. Bangkok: SE-EDUCATION Public Company. [in Thai]
- Thyne, M., Davies, S. & Nash, R. (2005). A lifestyle Segmentation Analysis of the Backpacker Market in Scotland: A case Study of the Scottish Youth Hostel Association. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2-4), 95-119.



Name and Surname: Phimphorn Phimsuwan

Highest Education: Master of Arts

University or Agency: Naresuan University

Field of Expertise: Program in Hotel and Tourism Management



Name and Surname: Chasinee Samran-in

Highest Education: Master of Arts

University or Agency: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Thai



Name and Surname: Benjaporn Chuapung

Highest Education: Doctor of Philosophy

University or Agency: Phayao University

Field of Expertise: Tourism Management