



Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี

CULTURE
CULTURE

SERVICE
SERVICE

LOGISTICS
LOGISTICS

IN THE ECOSYSTEM
IN THE ECOSYSTEM





คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565 Culture – Service – Logistics in the Ecosystem

1. อาจารย์ ดร.ชัชฌาพงศ์ ศิริโชตินิศากร	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุดจระ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวีรวงศ์ชัย	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธนา ลิขหัตถ์นรักษ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรรัตน์ พิมพาภรณ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต สังข์เฉย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาดาธิเบศร์ ภูทอง	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภนันท หอมสุต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก	คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิตา นิลอรุณ	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม	คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง	วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวินิจ	วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





- | | |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวชัย พิทักษ์ทิม | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกฉัตร ต้นศิริ | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สิริภาณุฉณ์ ทวีพิธานันท์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 33. อาจารย์ ดร.กมลทิพย์ กันตะเพ็ง | โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ |
| 34. อาจารย์ ดร.ไข่มุกด์ วิกฤษศักดิ์ | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 35. อาจารย์ ดร.จันทร์เมธา ศรีรักษา | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 36. อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 37. อาจารย์ ดร.दनัย ลิสวัสดิ์รัตนกุล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 38. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 39. อาจารย์ ดร.นุชนนทร กาฬสมุทร | คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 40. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 41. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 42. อาจารย์ ดร.ประภัสสร มีน้อย | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 43. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 44. อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมะดี | วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 45. อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 46. อาจารย์ ดร.ภวินท์ธนา เจริญบุญ | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 47. อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 48. อาจารย์ ดร.รพีพัฒน์ ศรีศิลารักษ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 49. อาจารย์ ดร.ลัดดา ชรีอัมพรเอกกุล | วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ |
| 50. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 51. อาจารย์ ดร.ศราวีสดี นวกัณฑ์วรกุล | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 52. อาจารย์ ดร.สุวรรณณา เขียวภักดี | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 53. อาจารย์ ดร.อชิป จันท์สุรีย์ | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 54. ดร.ยิ่งศักดิ์ ไกรพินิจ | กระทรวงศึกษาธิการ |





กำหนดการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565

Culture – Service – Logistics in the Ecosystem

ในวันศุกร์ที่ 25 พฤศจิกายน 2565

ณ ห้องประชุมห้วยทราย 1 โรงแรมดุสิตธานีหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี

การนำเสนอผลงาน		รูปแบบ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ผู้นำเสนอ	
13.00 น.	13.15 น.	Online	1269	ปัจจัยที่ส่งผลให้ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งมีอิทธิพลต่อสังคมในปัจจุบัน	คุณสธิรา มะลาสิน	
13.15 น.	13.30 น.	Online	1247	ผลกระทบของแรงจูงใจต่อความพึงพอใจในการทำงานและความภักดีต่อองค์กรในธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดชุมพร	คุณณัฐวัฒน์ อถาวรวัตร	
13.30 น.	13.45 น.	Online	1224	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย	คุณชนิกานต์ อยู่เจริญ	
13.45 น.	14.00 น.	Online	1225	การประยุกต์ใช้รูปแบบชีววินิเวศวิทยาของการพัฒนามนุษย์ในการปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของพนักงานข้ามชาติสำหรับธุรกิจระหว่างประเทศในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	คุณณัฐพล บัวเปลี่ยนสี	
14.00 น.	14.15 น.	Online	1226	แรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกลีกหญิงไทยของแฟนฟุตบอล	คุณธัญญภัทร์ อินดี	
14.15 น.	14.30 น.	Online	1227	การปรับปรุงผังคลังสินค้า: กรณีศึกษา โรงงานขนมเบียร์ แสงจันทร์	คุณจอร์แดน เจสัน แม็คเคน	
14.30 น.	14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง				
14.45 น.	15.00 น.	Online	1228	การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าสำหรับจัดเก็บบรรจุภัณฑ์ของอะไหล่รถยนต์	คุณนพจรต ประทุมทอง	
15.00 น.	15.15 น.	Online	1236	การวิเคราะห์ผังการไหลของวัสดุของอุตสาหกรรมทองแดงในประเทศไทย	คุณชัยพัทธ์ วิสารทกุล	
15.15 น.	15.30 น.	Online	1254	การบริหารจัดการระบบงาน SAP MODULE FINANCIAL ACCOUNTING	คุณतालแก้ว ปานสีดา	
15.30 น.	15.45 น.	Online	1257	การยกระดับการทำงานของภาครัฐด้วยนวัตกรรมดิจิทัล กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง	คุณณิชาวี กาพัทธพงศ์	
15.45 น.	16.00 น.	Online	1262	องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน5 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	คุณธัญญรัตน์ แก้วอุดม	
16.00 น.	16.15 น.	Online	1203	การยกระดับท่าอากาศยานนครศรีธรรมราชสู่การเป็นท่าอากาศยานนานาชาติ	คุณปริญญา ศักดิ์เกิด	
ประธานกรรมการ		ดร.ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ				
กรรมการ		ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา				
กรรมการ		ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล				
ผู้ประสานงาน		นางสาวณฐมน พัฒนา				



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การรับรู้ และทัศนคติต่อโฆษณาบนแอปพลิเคชันอินสตาแกรม ที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค พิชญธิดา ศรีอินทายศ และ ประพิมพรรณ ลิ้มสุวรรณ.....	724
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย ญาณภา สุวรรณพานิช, นริศรา ยิ้มแย้ม, พัชรียา ประทุม, ชนกนันท์ พันธุ์รัตน์, ชนิกานต์ อุ้เจริญ และ นิธิกร ม่วงครเขี้ยว.....	741
การปรับปรุงฟังก์ชันสินค้า: กรณีศึกษา โรงงานขนมเป็ญะ แสงจันทร์ จอร์แดน เจสัน แม็คเคน, ณัฐปศัลย์ วัฒนสิทธิ์, ณัฐสุดา ทองสุวรรณ, ธันทิก อิศรธราดล, นิธิวัช เอียดทองคำ และ พนิดา แซ่มช้าง.....	759
การศึกษาความคิดเห็นด้านการตลาดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาแพลตฟอร์ม การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการผ้าทอชนเผ่าพื้นเมืองในอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร สุรนาถ เชื้อผึ้ง และ วศิน เหลี่ยมปรีชา.....	775
ระบบยืนยันตัวตนด้วยใบหน้าสำหรับบุคคลภายนอกเข้าปฏิบัติงาน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ มีนา แสงทอง และ สุวรรณณี อัครกุลชัย.....	789
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี นิจารีย์ ทรัพย์ออมสิน, เบญญาภา ถือทอง, ปุณณนิสา นวลแมน, ปวีณา ดอกจันทร์, ปาลิตา วุฒิธรรม และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า.....	801
แนวทางการดำเนินธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษา : อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี ณัฐมน ลีภักษ์.....	816
แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง Covid-19 ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านรูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ธัญพิชชา ภูวิศอิทธินันท์ และ ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย.....	826





ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

THE FACTORS OF MARKETING MIX AFFECTING ON CONSUMER DECISION CHOOSE A HOSTEL OF GENERATION Y TOURISTS IN HUA HIN DISTRICT, PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE.

ญาณภา สุวรรณพานิช¹ นริศรา ยิ้มยิ้ม² พัชรียา ประทุม³
ชนกนันท์ พันธุ์รัตน์⁴ ชนิگانต์ อุ่เจริญ⁵ และ นิธิกร ม่วงสรเชียว⁶

บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่เลือกที่พักแบบโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้บริการที่พักโฮสเทล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าส่วนผสมทางการตลาด 7P's มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทั้งสิ้น ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่เลือกที่พักแบบโฮสเทลส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโฮสเทลทางโซเชียลมีเดีย รูปแบบการจองมักจะจองผ่านเว็บไซต์ ลักษณะการเดินทางเดินทางมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของยานพาหนะที่ใช้เดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยใช้บริการมาแล้ว 2 - 5 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการคือ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ ราคาที่เข้าพักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 401 - 700 บาท และวัตถุประสงค์หลักที่เลือกใช้บริการเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด, การตัดสินใจ, โฮสเทล, เจนเนอเรชั่นวาย

1,2,3,4,5 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
6 อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





Abstract

This research aims to study how the marketing mix affects the decision to choose a hostel and the behavior of Generation Y tourists who choose a hostel in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. It was found that 7P's marketing mix all influenced the decision to choose a hostel service. In Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province as for the behavior of Generation Y travelers who choose to stay in hostels, most receive information about hostels on social media. The form of booking is usually booked through the website. Normally, Generation Y tourists travel with their friends. Most of the vehicles used for traveling are personal cars. Generation Y usually uses the service 2–5 times. The period of time to use the service is Saturday, Sunday, and special holidays. Most of the prices of stays are between 401 and 700 baht, and the main purpose of choosing a hostel is to save money.

Keywords: Marketing Mix, Decision Making, Hostel, Generation Y





บทนำ

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบัน โดยเห็นได้จากจำนวนผู้เข้าพักในที่พักมีการลดลง เช่น ภาคใต้ จากปี 2563 จำนวนผู้เข้าพักเป็นจำนวน 8,996,523 คน ลดลงในปี 2564 จำนวนผู้มาเยือนเป็นจำนวน 2,561,530 คน เป็นต้น (ณัฐกฤติ นิธิประภา, 2564ก: 3-4) สิ่งที่น่าประหลาดใจซึ่งส่งผลต่อรายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการเป็นอย่างมาก จนถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงสิ่งที่เห็นได้ชัดคือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่แสดงให้เห็นจากผลสำรวจของ Booking.com เผยให้เห็นเทรนด์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากโควิด-19 เช่น การเห็นคุณค่าของการเดินทางมากขึ้น ความคุ้มค่าต้องมาก่อนปลอดภัยไว้ก่อน รวมการเดินทางเข้ากับทริปท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมแบบ Workation เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกระตุ้นการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นต้น (Thansettakij, 2020) รวมถึงการคาดการณ์เทรนด์การท่องเที่ยวไทยในปี 2565 โดยผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวว่า จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ที่เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High value tourism) ใน 3 เรื่อง ในเรื่องของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม (ณัฐกฤติ นิธิประภา, 2564ข: 12)

ที่พักโฮสเทลได้รับความนิยมในกลุ่มของนักท่องเที่ยว Millennials หรือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ 2524 – 2543 เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จึงมีพฤติกรรมที่ชอบความรวดเร็ว ไม่ชอบทำอะไรซ้ำ ๆ มั่นใจในตัวเอง และสามารถสื่อสารได้ดี (ศรุตากรณามิตร, 2561) และยังเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวคนเดียว (Solo traveler) ชอบความสะดวกสบายในการเดินทาง มีการคำนึงถึงเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเดินทางท่องเที่ยวบ่อย จากการสำรวจของ Hostelworld group ระบุว่าผู้เข้าพักมากกว่าร้อยละ 70 เป็นนักท่องเที่ยว Millennials หรือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) (ratirita, 2019) จึงเป็นกลุ่มที่สามารถทำรายได้ให้แก่ที่พักประเภทโฮสเทลได้เป็นอย่างมาก เมื่อพูดถึงโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีที่พักแบบโฮสเทลคิดเป็นร้อยละ 2 จากร้อยละ 98 ของที่พักทั้งหมดในอำเภอหัวหิน มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 400 – 2,700 บาท (Marketeer, 2019) ซึ่งในปี 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักมีทั้งหมด 1,603,853 คน จำนวนผู้มาเยือนมีทั้งหมด 2,677,116 คน และรายได้จากผู้มาเยือนทั้งหมด 10,531 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2564) เนื่องด้วยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอีกทั้งความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญในการเข้ามาเปลี่ยนแปลงการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกในการพิจารณาตัวเลือกที่มีอยู่ตามลำดับขั้นตอนของการแสวงหาข้อมูล การกำหนดตัวเลือก การวิเคราะห์และประเมินตัวเลือก การเปรียบเทียบตัวเลือกเหล่านั้น ตลอดจนการเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุด (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2016) มาเพื่อตัดสินใจเข้าพักที่ที่พักแบบโฮสเทล แต่สำหรับธุรกิจบริการบริการนั้น มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ เพราะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องมีการมีส่วนผสมทางการตลาดบริการเข้ามาเป็น 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (อัญธิกา แก้วศิริ, 2560) ที่เข้ามามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก และนำไปเป็นแนวทางในการใช้เครื่องมือในการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการนั้น ๆ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรูปแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ที่เป็น





กลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญในธุรกิจที่พักแบบโฮสเทล ในการสร้างรายได้ อีกทั้งการมีพฤติกรรมที่เด่นชัดต่อการนำมาศึกษาเพื่อใช้เป็นเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายที่เลือกที่พักแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย
2. ผู้ประกอบธุรกิจที่พักสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาที่พักและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย
3. ได้รู้ถึงขอบเขตและความต้องการในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมของวิจัยครั้งนี้ศึกษาจาก แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทัศนคติเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making) แนวคิดเกี่ยวกับโฮสเทล (Hostel) และแนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) Kotler, Kartajaya & Setiawan (2016: 112) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบของตัวแปรทางการตลาด มี 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ที่บริษัทใช้ในการทำกำไรเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค แต่สำหรับธุรกิจบริการนั้น มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) โดยจะคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องมีการเพิ่มส่วนผสมทางการตลาดบริการเข้ามาเป็น 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ บุคคล (People) กระบวนการในการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งจะนำมาสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการ (อัญธิกา แก้วศิริ, 2560) โดยส่วนผสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) พิจารณาได้ทั้งสิ่งที่สัมผัสได้ (สินค้า) และสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ (บริการ) ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ การสร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน และการจัดลำดับ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นสถานที่ที่จะให้ตรงกับความสามารถในการจัดหาความต้องการของตลาดเป้าหมายจำนวนมาก และเคลื่อนย้ายสินค้าที่ใดก็ได้ตามที่ผู้บริโภคต้องการ การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อซึ่งรวมถึงการโฆษณาการขายส่วนบุคคล การส่งเสริมการขายเครื่องมือในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์และรูปแบบอื่น ๆ ของการส่งเสริม





การตลาด ราคา (Price) คือ การตัดสินใจที่ส่งผลกระทบต่อราคาขายทั้งของบริษัทและผลกำไร ดังนั้น ราคาจะพิจารณาตามราคาที่กำหนดเป็นรายการ ในระบบเศรษฐกิจที่ทันสมัย ผู้บริโภคอาจจะคิดว่าการแลกเปลี่ยนของเงินเป็นราคาสำหรับบางสิ่งบางอย่าง บุคคล (People) หรือพนักงาน เป็นผู้ที่ทำให้บริการแก่ผู้บริโภค ต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และสร้างความแตกต่างให้เหนือคู่แข่ง พนักงานจะต้องมีความรู้ความสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี กระบวนการในการให้บริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ที่ปฏิบัติแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เพื่อมอบบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย การพูดจาสุภาพ หรือการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อสร้างคุณค่าในการบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making)

การตัดสินใจ คือ กระบวนการหรือขั้นตอนที่เกิดจากการประเมินทางเลือกเหล่านั้น ที่ได้ทำการรวบรวมแล้วผ่านการคิดวิเคราะห์จนออกมาเป็นตัวเลือก โดยมีการคาดหวังว่าทางเลือกเหล่านั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่สุด เพื่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้ได้มากที่สุด โดยลักษณะของการตัดสินใจ แบ่งการตัดสินใจของมนุษย์เป็น 2 ลักษณะ คือ 1.การตัดสินใจตามธรรมชาติ หมายถึง การตัดสินใจที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติของคนทั่วไปที่กระทำเป็นกิจวัตรประจำวัน และเกิดจากการนำอารมณ์มาปะปนมากกว่าเหตุผลจากการศึกษาค้นคว้า และ 2.การตัดสินใจที่ควรจะเป็น หมายถึง การตัดสินใจที่ปราศจากอารมณ์ และมีการควบคุมการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ เช่น การตัดสินใจเลือกบริการแห่งนี้ เพราะได้มาตรฐานทางความปลอดภัยที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับด้านนี้โดยเฉพาะ

กระบวนการตัดสินใจ มีขั้นตอนในการตัดสินใจ โดยถือแนวพิจารณาการแก้ปัญหา (Problem Solving Approach) แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ **การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Data Collection)** เนื่องจากปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มีสาเหตุของการแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา คือ การแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุนั้น เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ **การกำหนดทางเลือก (Formulating Alternative)** ขั้นตอนนี้มีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นการพยายามจะครอบคลุมแนวทางที่จะแก้ปัญหาได้ในหลากหลายวิธี **การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Analysis Alternative)** ใช้ความจริงเป็นทางเลือกที่มีพื้นฐานบนข้อเท็จจริงนั้น ๆ โดยพยายามหลบลีการนำค่าต่าง ๆ มาเชื่อมโยงในการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทางเลือก (Value Comparison) หมายถึงการเปรียบเทียบโดยนำค่ามาเกี่ยวข้องและนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่นที่ปลอดภัยแล้วมาพิจารณาทางเลือกอีกทีหนึ่ง **การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Choice Alternative on the Best Set of Alternative)** ขั้นตอนนี้เป็นการตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับโฮสเทล (Hostel)

โฮสเทล คือ ที่พักสำหรับนักเดินทางที่มีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างประหยัด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชน กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย หรือกลุ่มแบคแพ็คเกอร์ที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำและไม่ค่อยคำนึงถึงความสะดวกสบายในการพักผ่อนมากนัก (สุนทรีย์ ศิริจันทร์, 2561) โดยที่พักโฮสเทล ต้องมีการอาศัยอยู่ร่วมกับผู้อื่น มีเตียงเป็นของตัวเอง แต่ต้องแชร์สิ่งของเครื่องใช้ภายในห้องร่วมกัน เป็นที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น เตียงนอน อาจจะเป็นเตียงเดี่ยวหรือเตียงสองชั้นหลาย ๆ เตียงภายในหนึ่งห้อง ชั้นเก็บของ ห้องน้ำ และเป็นสถานที่ที่สามารถแลกเปลี่ยน





ประสบการณ์ในการเดินทางกับเพื่อนร่วมห้องด้วยกันได้ (อาทิพย์ พวงนาค, 2560) นอกจากนี้ อาทิพย์ พวงนาค (2560) ได้กล่าวว่าโฮสเทลสามารถแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่

1. Basic Hostel / Budget Hostel คือ โฮสเทลที่ยึดหลักการตั้งโฮสเทลแบบดั้งเดิม เน้นราคาประหยัด สะอาด เรียบง่าย
2. Standard Hostel คือ โฮสเทลที่คงความสงบ และเรียบง่าย ซึ่งผู้มาเข้าพักส่วนใหญ่มักจะต้องการความเป็นส่วนตัว
3. Design Hostel เป็นโฮสเทลที่มีการตกแต่งภายในอย่างมีเอกลักษณ์ของแต่ละที่ ซึ่งเน้นการตกแต่งที่แปลกใหม่
4. Lifestyle Hostel คือ โฮสเทลที่เน้นการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มีความแปลกใหม่ หรือมีการเปลี่ยนกิจกรรมไปเรื่อย ๆ เน้นการทำกิจกรรมร่วมกันมากกว่าการตกแต่งที่พักให้สวยงาม
5. Party Hostel คือ การเปลี่ยนโฮสเทลเป็นที่สังสรรค์ โดยส่วนใหญ่จะมีบาร์เป็นส่วนประกอบหลัก

โดยลักษณะของโฮสเทลในอำเภอหัวหิน ส่วนใหญ่โฮสเทลในอำเภอหัวหินเป็นรูปแบบ Design Hostel คือ เน้นที่การออกแบบที่ออกมาเป็นจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาพักโดยเฉพาะคนที่ชอบการออกแบบเหล่านั้น

แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เจเนอเรชันวาย หรือเจนวาย เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ 2524 – 2543 ซึ่งปัจจุบันมีอายุ 21 – 41 ปี เจนวายเป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จึงเป็นกลุ่มคนที่ชอบความรวดเร็ว ไม่ชอบรอนาน ไม่ชอบทำอะไรซ้ำ ๆ มองโลกในแง่ดี ใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการและใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์จนทำให้เกิดภาษาปาก หรือภาษาแสลง (ลือรัตน์ อนุรัตน์พานิช, 2559) ลักษณะของคนกลุ่มนี้เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน คู่แข่งกับเทคโนโลยีเป็นอย่างดี จึงทำให้ชอบความรวดเร็วในการบริการ (รายงานสุขภาพคนไทย, 2559) ไม่ต้องบริการแบบดีเลิศ แต่ต้องการบริการแบบมีรอยยิ้ม มีความรวดเร็ว (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล, 2556) อีกทั้งยังเป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีความกล้าแสดงออก มั่นใจในตัวเอง สามารถทำงานเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารได้ดี และสามารถทำงานหลาย ๆ อย่างพร้อมกันได้ เนื่องจากคนเจนวายเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีความสะดวกสบาย ส่งผลให้คนกลุ่มนี้สืบหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่และชอบแชร์ประสบการณ์ส่วนตัวหรือที่ตัวเองสนใจผ่านสื่อออนไลน์ (ศรุตดา กรุณามิตร, 2561) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ชอบการออกเดินทางสำรวจสิ่งใหม่ ๆ ใช้เวลากับการท่องเที่ยวพร้อมทำงานไปด้วย สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ทั้งชุมชน ธรรมชาติ หรือกิจกรรมการผจญภัย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2559: 13)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทบทวนวรรณของวิจัยครั้งนี้ศึกษาจาก แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making) แนวคิดเกี่ยวกับโฮสเทล (Hostel) และแนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) สามารถบูรณาการเป็นกรอบแนวความคิดตามภาพที่ 1





ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

- ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7 P's)
- สถานที่
 - ราคา
 - ผลิตภัณฑ์ และการบริการ
 - การส่งเสริมการขาย
 - บุคคล
 - กระบวนการในการให้บริการ
 - ลักษณะทางกายภาพ

H1 →

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

การตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทล
อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

ภาพที่1 กรอบแนวคิดในวิจัย

จากแนวคิดสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1: ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทลของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสำรวจ (Survey Research)

ประชากร (Population)

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้บริการธุรกิจที่พักโฮสเทล ใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

ประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้บริการโฮสเทลใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดจึงมีการคำนวณโดยใช้สูตรไม่ทราบประชากรของ W.G.Cochran (กัลยา วานิชย์บัญชา , 2554: 13) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งได้ผลลัพธ์เป็นจำนวน 384.16 คน แต่เพื่อไม่ให้คลาดเคลื่อนในการประเมินผล และวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงจะทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน





เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนแรก ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์มีข้อความ 6 ข้อ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่สอง ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีข้อความจำนวน 8 ข้อ โดยมีลักษณะคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบให้เลือกตอบมากกว่า 1 คำตอบ ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561) และเอกธนา พลเชียงขวาง (2558)

ส่วนที่สาม ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล มีข้อความจำนวน 7 ข้อ ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อาทิตย์ พวงนาค (2560)

และส่วนสุดท้าย ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลมีข้อความจำนวน 37 ข้อ ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ อาทิตย์ พวงนาค (2560) และ สุนทรีย์ ศิริจันทร์ (2561)

โดยในส่วนที่สามและส่วนสุดท้าย ใช้แบบสอบถามชนิดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด = 1 คะแนน, น้อย = 2 คะแนน, ปานกลาง = 3 คะแนน, มาก = 4 คะแนน และมากที่สุด = 5 คะแนนตามลำดับ

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ในการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยคะแนนจะต้องอยู่ในระหว่าง 0 - 1 คะแนน เพื่อบอกได้ว่าคำถามที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมที่จะทำเป็นแบบสอบถามของวิจัยครั้งนี้ หลังจากแก้ไขคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำไปทดลอง (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยวิธีการสัมประสิทธิ์ของคอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีเกณฑ์ตัดสินค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่า 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) จะสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้หากต่ำกว่า 0.70 ต้องทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยผลการตรวจสอบเครื่องมือพบว่า ส่วนที่ 1 มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ จำนวน 2 ข้อ ในส่วนอื่นของข้อความอยู่ระหว่าง 0.6-1.00 คะแนน รวมถึงค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.976 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) สามารถนำไปใช้จริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทลใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทลเป็นไปในทิศทางใด



ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเนอเรนอเรนจำนวน 168 คน ลักษณะที่พบโดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-25 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง (n=168)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	23	13.7
ชาย		
หญิง	137	81.5
เพศทางเลือก	8	4.8
รวม	168	100
2. อายุ		
21-25 ปี	130	77.4
26-30 ปี	20	11.9
31-35 ปี	10	6.0
36-41 ปี	8	4.8
รวม	168	100
3. สถานภาพ		
โสด	155	92.3
สมรส	13	7.7
รวม	168	100
4. การศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	19	11.3
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	142	84.5
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	7	4.2
รวม	168	100
5. อาชีพ		
นักศึกษา	98	58.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	7.7
พนักงานบริษัทเอกชน	35	20.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	9	5.4
แม่บ้าน	3	1.8
รับจ้างทั่วไป / อิสระ	10	6.0
รวม	168	100
6. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74	44.0
10,001 - 15,000 บาท	42	25.0
15,001 - 20,000 บาท	23	13.7





มากกว่า 20,001 บาท	29	17.3
รวม	168	100

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโฮสเทลทางโซเชียลมีเดีย ในส่วนวิธีการจองจะจองในรูปแบบจองผ่านเว็บไซต์ ลักษณะการเดินทางมักจะเดินทางมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาใช้บริการ ส่วนบุคคล เคยใช้บริการมาแล้ว 2 - 5 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการคือ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ ราคาที่เข้าพักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 401 - 700 บาท และวัตถุประสงค์หลักที่ใช้บริการเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกธุรกิจที่พักแบบโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=168)

พฤติกรรม การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโฮสเทลที่ท่านไปพักมาจากแหล่งใด		
โซเชียลมีเดีย	155	62.2
นิตยสาร	8	3.2
โทรทัศน์	10	4.0
เพื่อน / คนรู้จัก	72	28.9
สื่อวิทยุ	3	1.2
อื่น ๆ	1	0.4
รวม	249	100
2. วิธีการจองห้องพักของท่านจองในรูปแบบใด		
จองผ่านเว็บไซต์	127	43.3
จองผ่านโทรศัพท์	59	20.1
จองผ่านตัวแทน	11	3.8
เดินทางมาจองด้วยตนเอง	14	4.8
จองผ่านแอปพลิเคชัน	81	27.6
อื่น ๆ	1	0.3
รวม	293	100
3. ลักษณะการเดินทางมาใช้บริการโฮสเทลของท่านเป็นอย่างไร		
เดินทางคนเดียว	42	18.3
เดินทางกับเพื่อน	106	46.3
เดินทางกับครอบครัว	81	35.4
รวม	229	100
4. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมายังโฮสเทล		
รถยนต์ส่วนบุคคล	129	55.4
รถโดยสารสาธารณะ	64	27.5
รถรับจ้าง	13	5.6
รถเช่า	20	8.6
รถจักรยานยนต์	7	3.0





รวม	233	100
พฤติกรรมมการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
5. ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการโฮสเทล		
วันจันทร์ – วันศุกร์	30	12.5
วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์	127	52.9
วันหยุดนักขัตฤกษ์	82	34.2
อื่น ๆ	1	0.4
รวม	240	100
6. ท่านเคยใช้บริการโฮสเทลมาแล้วกี่ครั้ง		
1 ครั้ง	57	33.9
2 - 5 ครั้ง	90	53.6
มากกว่า 5 ครั้ง	21	12.5
รวม	168	100
7. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าใช้บริการโฮสเทล		
ต่ำกว่า 400 บาท	15	7.7
401 - 700 บาท	78	39.8
701 - 1,000 บาท	70	35.7
มากกว่า 1,001 บาท	33	16.8
รวม	196	100
8. วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการโฮสเทลของท่าน		
เพื่อพบปะเพื่อนใหม่	33	12.2
เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยว	87	32.2
ขึ้นชอบการตกแต่งของโฮสเทล	43	15.9
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก	104	38.5
อื่น ๆ	3	1.1
รวม	270	100

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.40$) และการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด ดังตารางที่ 3





ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=168)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล	S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ดี	0.68	4.53	มากที่สุด
2. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ	0.67	4.55	มากที่สุด
3. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง และสามารถเข้าถึงได้	0.76	4.32	มาก
4. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	0.82	4.17	มาก
5. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีบุคลากรที่มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความสามารถ	0.76	4.33	มาก
6. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีการตกแต่งและจัดสถานที่ที่เหมาะสม สวยงาม	0.756	4.43	มาก
7. ท่านมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโฮสเทลที่มีกระบวนการการทำงานที่รวดเร็ว	0.71	4.49	มาก
ภาพรวม	0.54	4.40	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล พบว่าปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.36$ ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกพักที่โฮสเทลด้วยราคาที่พักที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ ต่อมาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.37$ โดยส่วนมากเลือกระบบที่มีการจองผ่านตัวแทนในอินเทอร์เน็ต มีระบบการจองผ่านเว็บไซต์โดยตรงของโฮสเทล และการเดินทางมายังโฮสเทลมีความสะดวก ถัดมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.40$ โดยส่วนมากตัดสินใจเลือกในด้านความสะดวกของสถานที่พักเป็นส่วนใหญ่ ลำดับถัดมาปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.21$ โดยส่วนใหญ่เลือกที่พักแรมที่ให้ส่วนลดราคาในการใช้บริการห้องพักสำหรับการจองล่วงหน้าหรือเข้าพักหลายวัน ต่อมาปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.51$ โดยส่วนมากเลือกการบริการในด้านพนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ต่อมาปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.44$ โดยส่วนมากเลือกการให้บริการที่มีระบบความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และส่วนสุดท้าย ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 4.45$ โดยส่วนใหญ่มีการเลือกระบบการในการ Check in และ Check out ที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ดังตารางที่ 4





ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=168)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล	S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านราคา (Price)			
1. ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ	0.65	4.57	มากที่สุด
2. ห้องพักมีหลายราคาให้เลือก	0.79	4.37	มาก
3. ราคาที่พักมีความคงที่ในทุกช่วงฤดูกาล	0.89	4.17	มาก
4. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	0.67	4.51	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของราคาบริการเสริม เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าบริการซักอบรีด เป็นต้น	0.87	4.18	มาก
ภาพรวม	0.55	4.36	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
1. การติดต่อสื่อสารสามารถทำได้สะดวก เช่น การโทรศัพท์ หรือการเข้ามาติดต่อกับที่พักโดยตรง	0.73	4.40	มาก
2. มีระบบการจองผ่านตัวแทนในอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agency)	0.75	4.42	มาก
3. มีระบบการจองผ่านเว็บไซต์โดยตรงของโฮสเทล	0.80	4.42	มาก
4. มีการแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว	0.93	4.21	มาก
5. การเดินทางมายังสถานที่ตั้งของโฮสเทลง่ายและสะดวก	0.75	4.42	มาก
ภาพรวม	0.59	4.37	มาก
4.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1. ชื่อเสียงของที่พัก	0.82	4.29	มาก
2. มีจำนวนห้องพักเพียงพอ	0.73	4.42	มาก
3. ลักษณะการออกแบบที่มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์	0.78	4.42	มาก
4. ความสะอาดของสถานที่	0.65	4.62	มากที่สุด
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	0.67	4.49	มาก
6. มีการบริการด้านการท่องเที่ยว	0.86	4.17	มาก
ภาพรวม	0.56	4.40	มาก
4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)			
1. มีการลงโฆษณาในเว็บไซต์	0.87	4.15	มาก
2. ให้ส่วนลดราคาในการใช้บริการห้องพักสำหรับการจองล่วงหน้า หรือเข้าพักหลายวัน	0.74	4.40	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ที่พักผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Instagram Twitter เป็นต้น	0.81	4.34	มาก
4. มีกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม	0.98	3.94	มาก
ภาพรวม	0.65	4.21	มาก





4.5 ปัจจัยด้านบุคลากร(People)			
1. บุคลิกภาพ - ลักษณะของพนักงาน เช่น มีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีวาจาที่สุภาพ เป็นต้น	0.68	4.53	มากที่สุด
2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	0.67	4.51	มากที่สุด
3. พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการบริการ	0.73	4.46	มาก
4. พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	0.71	4.48	มาก
5. พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า	0.63	4.60	มากที่สุด
6. พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค	0.66	4.52	มากที่สุด
7. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการเป็นอย่างดี เช่น ความรู้ด้านภาษาและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	0.69	4.45	มาก
ภาพรวม	0.56	4.51	มากที่สุด
4.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)			
1. ลักษณะการตกแต่งภายใน และภายนอกของโฮสเทล	0.67	4.45	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก	0.67	4.48	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพัก เช่น Lobby หรือพื้นที่ส่วนรวม	0.71	4.38	มาก
4. การแต่งกาย และความสะอาดของพนักงาน	0.72	4.42	มาก
5. ป้ายแสดงสถานที่ชัดเจน	0.79	4.33	มาก
6. ระบบความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง	0.68	4.60	มากที่สุด
ภาพรวม	0.54	4.44	มาก
4.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)			
1. กระบวนการในการจองที่พัก	0.71	4.46	มาก
2. กระบวนการในการ Check in และ Check out	0.64	4.49	มาก
3. กระบวนการในการให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การให้ข้อมูล และการช่วยเหลือ	0.81	4.40	มาก
ภาพรวม	0.59	4.45	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์โดยการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regresion) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา (Price) ($\beta= 0.67, t = 12.01, p\text{-value} = 0.01$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\beta= 0.60, t = 11.40, p\text{-value} = 0.00$) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\beta= 0.56, t = 9.18, p\text{-value} = 0.01$) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) ($\beta= 0.38, t = 6.78, p\text{-value} = 0.01$) ด้านบุคลากร (People) ($\beta= 0.54, t = 8.89, p\text{-value} = 0.01$) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\beta= 0.60, t = 9.82, p\text{-value} = 0.01$) และด้านกระบวนการ (Process) ($\beta= 0.55, t = 9.89, p\text{-value} = 0.01$) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีนัยสำคัญ 0.01 ดังตารางที่ 6





ตารางที่ 6 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตัวแปร	β	t	p-value
ปัจจัยด้านราคา (Price)	0.67	12.01	0.01
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.60	11.40	0.01
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.56	9.18	0.01
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion)	0.38	6.78	0.01
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)	0.54	8.89	0.01
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.60	9.82	0.01
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	0.55	9.89	0.01

อภิปรายผล

ผู้วิจัยจะเสนอประเด็นการอภิปรายผลที่สำคัญดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก โดยเน้นจากการรับรู้ข้อมูลจากแหล่งโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 62.2 เน้นวิธีการจองที่พักในรูปแบบของการจองผ่านเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 43.3 เน้นลักษณะการเดินทางมาใช้บริการที่พักกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.3 เน้นใช้ยานพาหนะแบบรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.4 เน้นมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 52.9 ส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้ว 2 – 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.6 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 401 – 700 ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.8 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการพัก คิดเป็นร้อยละ 38.5 ซึ่งสอดคล้องกับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของเจนเนอเรชั่นวายของ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2559) ได้กล่าวว่า เจเนอเรชั่นวาย เติบโตมาพร้อมกับยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ทำให้พฤติกรรมรับรู้ข่าวสารหรือความต้องการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ และ สิริชัย อุ่นอกพันธุ์ (2563) สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญมากในการตัดสินใจท่องเที่ยวของคนเจนวาย สิ่งที่ดึงดูดคนเจนวายให้เข้าพักคือการให้โปรโมชั่นพิเศษนั่นเอง

ส่วนผสมทางการตลาด (7'Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแบบโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย มีการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทล โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านราคา (Price) โดยให้ความสำคัญกับราคาที่พักรวมความเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ (\bar{X} = 4.57) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่ (\bar{X} = 4.62) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยให้ความสำคัญกับการมีระบบการจองผ่านตัวแทนในอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agency) และมีระบบการจองผ่านเว็บไซต์โดยตรงของโฮสเทล รวมถึงการเดินทางมายังสถานที่ตั้งของโฮสเทลง่ายและสะดวก (\bar{X} = 4.42) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดราคาในการใช้บริการห้องพักสำหรับการจองล่วงหน้าหรือการเข้าพักหลายวัน (\bar{X} = 4.40) ด้านบุคคล (People) โดยให้ความสำคัญกับพนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (\bar{X} = 4.60) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง (\bar{X} = 4.60) ด้านกระบวนการ (Process) ให้ความสำคัญกับกระบวนการในการ Check in และ Check out





($\bar{X} = 4.49$) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสี่ส่วนผสมทางการตลาด Kotler, Kartajaya & Setiawan (2016) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบของตัวแปรทางการตลาด มี 4P's แต่สำหรับธุรกิจการบริการนั้น มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) จึงจำเป็นต้องมีการเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดบริการเข้ามาเป็น 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะ ธุรกิจการบริการนั้นต้องอาศัยบุคคลในการให้บริการในส่วน of ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อีกทั้งการบริการอย่างรวดเร็ว และรอบคอบอีกด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์การท่องเที่ยวจากผลการสำรวจของ Booking.com ที่เผยให้เห็นถึงข้อมูลเชิงลึกของนักท่องเที่ยว คือ ความคุ้มค่าต้องมาก่อน ปลอดภัยไว้ก่อน และการท่องเที่ยวแบบ Workation และเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นการท่องเที่ยว เป็นต้น (Thansettakij, 2020) และที่พักแบบโฮสเทลเป็นที่นิยมในนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ที่เกิดมาพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จึงทำให้ส่วนผสมทางการตลาดนั้นสามารถเป็นเครื่องมือวัดรูปแบบการพัฒนาโฮสเทลได้อย่างรอบด้าน เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลในการพัฒนาได้อย่างทั่วถึงและเกิดการพัฒนารูปร่างที่พักรีสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เท่าทันอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการอัปเดตข้อมูลสาธารณะเกี่ยวกับโฮสเทลให้ตรงกันเพื่อให้การนำข้อมูลมาใช้ในการประกอบการวิจัยมีความถูกต้องและชัดเจน
2. ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการโปรโมทที่พักโฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการช่วงส่งเสริมการพัฒนาในเรื่องส่วนผสมทางการตลาด (7'Ps) ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และเกิดการพัฒนารูปร่างที่พักรีสเทลให้เติบโตอย่างรอบด้าน
3. ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อการเก็บข้อมูลวิจัยด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเจาะจงที่ผู้ประกอบการที่พักโฮสเทลได้คิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาโฮสเทลของตนเองที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (7'Ps) เพื่อให้เห็นภาพรวมที่ชัดเจน และตรงตามความต้องการที่จะนำไปพัฒนารูปร่างที่พักรีสเทลได้มากยิ่งขึ้น





เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2564**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=628

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). **การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐกรฤดี นิธิประภา. (2564). **บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยวปี 2564 และแนวโน้มปี2565**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20211012232619.pdf

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โคกาคกุล. (2556). **Babyboomer, GenX, GenY คุณอยู่กลุ่มไหน**. เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=323187>.

ลือรัตน์ อนุรัตน์พานิช. (2559). **เจนเอ็กซ์ เจนวาย เจนแซด คืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 26 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/330/%>

ศรุดา กรุณามิตร. (2561). **ปัจจัยและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวคนเดียวของ GENERATION Y**. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม. เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002115209_10083_10678.pdf

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). **รายงานสุขภาพคนไทย ปี 2559**. เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihealth.or.th/Books/457/%E0%B>

สิริชัย อุ่นนอกพันธุ์. (2563). “ทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวการศึกษาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยว Generation X และ Generation Y.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุนทรีย์ ศิริจันทร์. (2561). “พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2559). **เจาะเทรนด์โลก 2017 โดย TCDC: แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี สี พื้นที่ไลฟ์สไตล์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

อัญฉิกา แก้วศิริ. (2560). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

อาทิตย์ พวงนาค. (2560). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทลในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร) บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี.

เอกธนา พลเชียงขวาง. (2558). “แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรี เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.





ภาษาอังกฤษ

Kotler P., Kartajaya H., and Setiawan I. (2016). **Marketing 4.0: Moving from traditional to digital**. New York: John Wiley & Sons.

Marketer. (2019). **Hostel ต้องปรับตัวอย่างไร ให้ยิ่งชนะใจนักท่องเที่ยว**. Accessed February 23. Available from <https://marketeeronline.co/archives/125216>

Ratirita. (2019). **เปิดพฤติกรรมชาว Millennials ดาวเด่นที่จะเป็นผู้บริโภคหลักในตลาดท่องเที่ยว**. Accessed February 23. Available from <https://positioningmag.com/1248732>

Thansettakij. (2019). **9 เทรนด์อนาคตการเดินทางโลกหลังโควิด-19**. Accessed February 23. Available from <https://www.thansettakij.com/lifestyle/457101>





รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

