

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเข้าพักบ้านดินสอบูติคโฮสเทล
ผู้ศึกษาค้นคว้า	พุทธิมา อัครวิวัฒน์
ที่ปรึกษา	ดร. สันติธร ภูริภักดี
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
คำสำคัญ	พฤติกรรม ความพึงพอใจ ปัจจัยการตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ บ้านดินสอบูติคโฮสเทล

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเข้าพักบ้านดินสอบูติคโฮสเทล จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในบ้านดินสอบูติคโฮสเทล นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักเป็นหญิงและชายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่จำแนกตามทวีป เป็นชาวยุโรป ระดับการศึกษาคือปริญญาตรี อาชีพคือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ คือ 1,501-3,000 US\$ การพิจารณากลุ่มเป้าหมายใหม่ จึงมีความจำเป็นเพื่อขยายจำนวนและฐานลูกค้าที่มีศักยภาพ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในบ้านดินสอบูติคโฮสเทล ด้านงบประมาณใช้จ่าย พบว่าส่วนใหญ่ตั้งงบประมาณไว้ไม่สูง เนื่องจากเป็นผู้ที่มีวัย 21-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ชีวิตในวัยต้น ไม่ใช่กลุ่มผู้ประกอบการ มีอาชีพพนักงานซึ่งอาจมีข้อจำกัดทางการเงิน พฤติกรรมด้านระยะเวลาเข้าพักในบ้านดินสอบูติคโฮสเทล คือ 1-3 วัน ร้อยละ 64.8 เนื่องด้วยกรุงเทพมหานคร เป็นเสมือนจุดเชื่อมต่อหรือขั้วกลางระหว่างการเดินทางไปสู่จุดหมายอื่น เช่น แหล่งพักผ่อนหรือท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนพฤติกรรมด้านการกลับมาพักซ้ำที่บ้านดินสอบูติคโฮสเทล ถ้ากลับมาประเทศไทยอีก สูงถึงร้อยละ 88.5 หมายถึงนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจในการเข้าพักบ้านดินสอบูติคโฮสเทล

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเข้าพักบ้านดินสอบูติคโฮสเทลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าพฤติกรรมด้านงบประมาณที่คาดว่าจะใช้จ่ายมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา พฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเข้าพักบ้านดินสอบูติคโฮสเทล

เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงควรนำผลเหล่านี้มาพิจารณาทางด้านเพื่อปรับพฤติกรรมระยะเวลาการเข้าพักให้ยาวนานขึ้น เช่น พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปสู่แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งที่พักอื่น อาจเสนอเป็นแพคเกจการท่องเที่ยวครบวงจรที่หลากหลาย เพิ่มการสื่อสารเพื่อการรับรู้ความคุ้มค่าของการเข้าพัก กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเพิ่มงบประมาณใช้จ่าย เพิ่มการบริการเฉพาะสำหรับบุคคล เพื่อให้เกิดความประทับใจและพฤติกรรมกลับมาพักซ้ำ

ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดของบ้านดินสอบูติกโฮสเทลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจอย่างมาก 5 ด้าน คือ ผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.81) ขั้นตอนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย (4.81) ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ผลិតภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.67) และราคา (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และด้านการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.28) แสดงถึงปัจจัยการตลาดของบ้านดินสอบูติกโฮสเทลที่สามารถตอบสนองของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดของบ้านดินสอบูติกโฮสเทลแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจำแนกตามทวีปที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดแตกต่างกันถึง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสาร และด้านผู้ให้บริการ หมายถึง ควรพัฒนาปัจจัยการตลาดด้านที่เด่น และปรับปรุงปัจจัยการตลาดด้านที่ด้อย ซึ่งจะนำไปสู่ฐานลูกค้าเป้าหมายที่ใหม่หรือขยายฐานกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มวัฒนธรรม กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ชาติพันธุ์พื้นถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพและมีความสนใจสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบ้านดินสอบูติกโฮสเทล ที่เป็นอาคารซึ่งมีสถาปัตยกรรมพืงอนุรักษ์และได้นำมาใช้ประโยชน์เป็นที่พัก

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงถึงแนวโน้มพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่า ยังมีความสนใจสูงต่อบูติกโฮเต็ลในประเทศไทย ซึ่งหมายถึงควรเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพให้เข้มแข็ง สร้างแนวทางพัฒนาปัจจัยการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวประสงค์