

**ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวแบบBackpacker
ที่สัญจรในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน**

แหล่งเงิน วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ

ประจำปีงบประมาณ 2555 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 100,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 30 กันยายน 2555

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริคุณสมบุญ หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุสา บัวตะมะ ผู้ร่วมโครงการวิจัย

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวแบบ Backpacker ที่สัญจรท่องเที่ยวภายในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน เกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจ การเลือกซื้อบริการที่พัก และระดับของส่วนประสมทางการตลาด 7P ที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดย สุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแบบ Backpacker 417 คน ด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวแบบ Backpacker ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จบปริญญาตรี รายได้ต่อปี 10,000 - 50,000 US\$ และมาจากยุโรป พฤติกรรม การเลือกใช้บริการที่พัก นักท่องเที่ยวจะต้องการเช่าในราคา 10-20 US\$ พักไม่เกินหนึ่ง สัปดาห์ ในเกสต์เฮาส์ราคาประหยัด ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว มักเลือกที่พักและจองผ่านเว็บไซต์ และให้ ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ 1) บุคลากรผู้ ให้บริการ 2) สภาพทางกายภาพ 3) ผลลัพธ์การบริการที่พัก 4) ช่องทางการติดต่อ 5) กระบวนการ บริการ 6) การส่งเสริมการตลาด และ 7) ราคาเช่าที่พัก

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า สัญชาติของนักท่องเที่ยวแบบ Backpacker ที่แตกต่างกัน ให้ ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา สภาพทางกายภาพ และบุคลากรผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อายุ สัญชาติ และงบประมาณค่าที่พักต่อวันมีความสัมพันธ์กับประเภทของที่พักและ วิธีการแสวงหาที่พัก รายได้ต่อปีมีความสัมพันธ์กับประเภทของที่พัก งบประมาณค่าที่พักต่อวันมี ความสัมพันธ์กับสาเหตุการเลือกที่พัก อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีโอกาสในการตัดสินใจ และ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ที่พักปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับวิธีการแสวงหาที่พัก

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การบริการที่พัก นักท่องเที่ยวแบบ Backpacker พฤติกรรม การเลือกที่พัก

Marketing Mix affecting Accommodation Decision of Backpacker Tourist Traveling in Inner Rattanakosin Island

Researcher: Associate Professor Katanyu Hiransomboon

Assistant Professor Dr. Urasa Buatama

Administrative and Management College, King Mongkut Institute of Technology, Ladkrabang.

ABSTRACT

This research was to study the buying behavior and the level of marketing mix (7P) on the accommodation service buying decision of backpacker tourists traveling in inner Rattanakosin island. Data was collected by using questionnaires from 417 backpackers. The statistical method used includes frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA analysis and Chi-Square test for independent at significant level 0.05.

The results indicated that most backpackers were men, age 20-30 years old, worked as the employees in private companies, bachelor degree, annual income was more than 10,000 to 50,000 US\$ and came from Europe. Accommodation service buying behaviors included daily rental expense was more than 10 to 20 US\$, spent a week or less, prefer to stay in the reasonable price guesthouse located nearby tourist site, make decision by themselves, make a reservation in advance and get the information from website. The important levels of marketing mix ranking respectively are 1) service personnel 2) physical evidence 3) accommodation service 4) channel of contact 5) service process 6) marketing promotion and 7) rental price.

The different nationality of backpacker tourists had the different level of marketing mix in rental price, physical evidence and service personnel. Age, nationality and accommodation budget per day of backpacker related to a type of accommodation and check-in method. Annual income related to a type of accommodation. Accommodation budget per day related to the selecting reason. Occupation related to influencers in decision process and residing period related to check-in method.