

กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย  
ของนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

DECISION MAKING PROCESS FOR CHOOSING ACCOMMODATION VIA SOCIAL  
MEDIA OF A GROUP OF HOMOSEXUAL STUDENT IN THE FACULTY  
OF MANAGEMENT SCIENCE, SILPAKORN UNIVERISTY

ระชานนท์ ทวีผล<sup>1</sup> และพิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>2</sup>  
Rachanon Taweephol<sup>1</sup> and Phitak Siriwong<sup>2</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

---

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย และ 2) รูปแบบของที่พักแรมและการบริการในความต้องการของนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม กับผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นนักศึกษาจำนวน 16 คน ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การคัดเลือกสื่อโซเชียลมีเดีย 2) การวิเคราะห์ข้อมูลอ้างอิง 3) การศึกษาความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น 4) การเลือกชำระเงิน 5) การแสดงพฤติกรรมหลังซื้อ และการกำหนดรูปแบบของที่พักแรมและการบริการในความต้องการของนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การตกแต่งอาคารสถานที่ ต้องนำเสนออัตลักษณ์ของท้องถิ่นผสมผสานกับความร่วมสมัย 2) ทำเลที่ตั้งของที่พักแรมอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ หรือตั้งอยู่ใจกลางเมือง และ 3) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสุข และการจัดสรรพื้นที่ให้เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก

**ABSTRACT**

This study aims to investigate 1) decision making process for choosing accommodation via social media and 2) pattern of accommodation and service for homosexual student's need in the faculty of Management Science, Silpakorn University. This study was a qualitative research. Grounded theory was used in the study by using group interview with sixteen keys informants. The results was found that there were four stages of decision making processes for choosing accommodation via social media of a group of homosexuality student; 1) social media selection 2) reference analysis 3) alternative to

the risk that expect happen 4) payment option and 5) behavior expression post-purchased behavior. To identify the pattern of accommodation and service for a group of homosexuality student, it was divided into 3 issues; 1) place design, it must present identity of local with modern style 2) the location of accommodation was in tourist attraction or downtown and 3) preparing the facility in the room, activity for supporting happiness and allocation area for customers.

### คำสำคัญ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ สื่อโซเชียลมีเดีย ชายรักชาย (เกย์) ที่พักแรม

### Keywords

Decision Making Process, Social Media, Homosexual (gay), Accommodation

### ความสำคัญของปัญหา

สภาพสังคมในปัจจุบันที่กำลังถูกเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคแห่งสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือ สังคมไร้พรมแดน ที่มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้แม้อยู่ต่างพื้นที่ โดยมีสาเหตุมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีและเครือข่ายการสื่อสาร รวมถึงเครื่องมือที่มีความทันสมัยส่งผลให้ชีวิตมนุษย์มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแพร่กระจายไปยังแวดวงการศึกษา ความบันเทิง และการประกอบธุรกิจ รวมถึงถูกใช้เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล (เจษฎาภรณ์ ศรศรีเกิด, 2556) สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) หมายถึง ซอฟต์แวร์ประยุกต์ (Application Software) ที่ทำงานอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือที่สนับสนุนให้สังคมสามารถพบเจอเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ บทความ ประสบการณ์ รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว มนุษย์สามารถนำข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมาใช้เผยแพร่และใช้ประโยชน์กับผู้อื่นผ่านทางเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ (ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2557) เทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สายและสื่อโซเชียลมีเดียประเภทต่างๆ มีความเกี่ยวข้องข้องกับการดำเนินทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน รวมถึงเกี่ยวข้องข้องกับการท่องเที่ยว สังเกตได้จากพัฒนาการของการท่องเที่ยวในช่วง 3 – 4 ปีที่ผ่านมา ที่การท่องเที่ยวดำเนินไปควบคู่กับการใช้งานเทคโนโลยีและสื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาและปรับเปลี่ยนรูปแบบของกิจการตาม ซึ่งนักท่องเที่ยวบางคนมีบล็อก (Blog) เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และสื่อโซเชียลมีเดียหลากหลายประเภท ที่ถูกใช้เป็นพื้นที่ในการบอกเล่าประสบการณ์และความประทับใจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอรูปภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักแรม และรายการอาหาร ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ข้อมูลทั้งหมดเหล่านี้ปรากฏอยู่ในอินเทอร์เน็ต หากมีนักท่องเที่ยวคนอื่นสนใจหรือต้องการออกแบบเส้นทางในวันหยุดพักผ่อน สามารถค้นหาข้อมูลและความคิดเห็นต่างๆ ในแต่ละสถานที่ รวมถึงสนทนาโต้ตอบซักถามกับเพื่อนร่วมเครือข่ายได้ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เวลาจะใช้เลือกสถานที่พักแรม โดยการเข้าไปอ่านความคิดเห็นออนไลน์ก่อนเสมอ และ

ความคิดเห็นออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักแรม โดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ สถานที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ และราคาตามลำดับ (ณัฐภรณ์ เหลืองพิพัฒน์, 2555)

กลุ่มชายรักชายชาวไทยเริ่มปรากฏพื้นที่ทางสังคมในสมัยสงครามอินโดจีน - สงครามเวียดนาม (พ.ศ. 2500 - 2518) โดยได้รับอิทธิพลที่มาจากชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาพำนักในสมัยนั้น นักวิชาการและจิตเวชตะวันตก อธิบายพฤติกรรมของชายรักชายว่าเป็นผู้ป่วยทางจิต กลุ่มกามวิปริต หรือ ผิดธรรมชาติ จำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษา เนื่องจากพฤติกรรมเหล่านี้ขัดต่อหลักศีลธรรมและวิถีเพศทางธรรมชาติที่ควรเป็น รวมทั้งเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีให้แก่เยาวชนที่พบเห็น ในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2535 ภาพลักษณ์ของชายรักชายในประเทศถูกนำเสนอผ่านสื่อบันเทิง และนิตยสารต่างๆ บทบาทของสื่อได้ทำหน้าที่ในการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายในมุมมองที่เปิดกว้างขึ้น และไม่ใช่อាកอร์ของคนป่วยทางจิต โดยใช้รูปแบบการนำเสนอในลักษณะของบทความวิชาการและประสบการณ์ของบุคคลที่มีรสนิยมชอบผู้ชอบด้วยกัน ผ่านนิตยสารเฉพาะกลุ่ม ส่งผลให้สังคมไทยเริ่มรับรู้ถึงลักษณะของพฤติกรรมและจิตใจจะต้องถูกแยกออกจากกัน รสนิยมทางเพศจะไม่ถูกจำกัดแค่ผู้ชายกับผู้หญิงอีกต่อไป เพราะผู้ชายกับผู้ชายสามารถมีเพศสัมพันธ์กันได้ เช่น ในเรือนจำ ในค่ายทหาร เป็นต้น (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2549) จากการศึกษาพบว่าผู้ชายบางกลุ่มเคยมีประสบการณ์รักร่วมเพศ ร้อยละ 30 ในระดับขั้นมัธยมต้น และร้อยละ 45 ในระดับขั้นมัธยมปลาย พฤติกรรมในลักษณะนี้อาจเป็นแบบชั่วคราว ซึ่งเกิดจากการพัฒนาบุคลิกภาพตามปกติในช่วงเข้าสู่วัยรุ่นตอนต้น และเมื่อเข้าสู่สักระยะหนึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะหายไป ในบางรายมีปัจจัยมาจากการอยู่พอพักประจำในโรงเรียนเดียวกัน (สมพิศ ปันตกแต่ง, 2554) สำหรับประเทศไทย เมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร และเมืองหัวหิน กลายเป็นที่จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวกลุ่มชายรักชายรุ่นใหม่ ที่จะต้องเดินทางมาสักครั้งในชีวิต เช่นเดียวกับ ซานฟรานซิสโก และซิดนีย์ ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวสีรุ้งทั่วโลก (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2553)

เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อโซเชียลมีเดียได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชายรักชาย อินเทอร์เน็ตสามารถทำให้คนกลุ่มนี้ มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ เป็นการแลกเปลี่ยนรูปแบบและสถานที่ในการเข้าสังคม สามารถสร้างมิตรภาพผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Cyberqueer) (เจริญวิทย์ จิตวราภักษ์, 2544) จากการศึกษาพบว่า รายได้ของกลุ่มชายรักชายในวัยทำงาน 25-35 ปี เป็นกลุ่มของคนที่สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีสัดส่วนสูงสุด ประมาณ 31% และอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มที่เป็นมีกิจการเป็นของตัวเอง ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มจะนิยมซื้อบริโภคสินค้าและบริการที่มีราคาสูง ชอบการพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ และชอบดูแลรักษารูปร่างอยู่เสมอ (ภูสิต เพ็ญศิริ และ บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด, 2549) กลุ่มชายรักชายกำลังกลายเป็นตลาดเป้าหมาย ที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญในการให้บริการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนที่สูงและมีโอกาสที่จะใช้บริการในธุรกิจบริการต่างๆ ประกอบกับกระแสสังคมไทยที่เริ่มยอมรับการมีตัวตนของคนกลุ่มนี้ ทำให้กลุ่มชายรักชายสามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างเปิดเผย

ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษา กลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อศึกษากระบวนการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือในการเลือกสรรที่พักแรม และการแสดงออกทางพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ สามารถ

เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของที่พักรวม ให้มีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มชายรักชาย

### โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรวมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีขั้นตอนอย่างไรบ้าง
2. รูปแบบของที่พักรวมและการบริการในความต้องการของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรวมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษารูปแบบของที่พักรวมและการบริการในความต้องการของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม (Group Interview) เพื่อนำไปสร้างทฤษฎีฐานราก โดยมีแนวคำถามการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าเอกสาร เว็บไซต์ และหนังสือ โดยผู้วิจัยมีหน้าที่ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Note) จำเป็นต้องใช้วิจารณ์ญาณในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์, 2554)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ในการวิจัยครั้งนี้เป็น นักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นปีที่ 2 - 3 จาก 3 หลักสูตร 7 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป สาขาวิชาการจัดการชุมชน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และสาขาวิชาธุรกิจและภาษาอังกฤษ (สาขาวิชาละ 2 คน) รวมทั้งมีจำนวนทั้งหมด 16 คน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผ่านการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีประสบการณ์ในการตัดสินใจเลือกที่พักรวมที่มีมาตรฐานระดับ 2 ดาวขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลหลักได้แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นในแต่ละประเด็นตามลำดับบุคคล

พื้นที่เป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2558 จากนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประจำปีการศึกษา 2557

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสร้างทฤษฎีฐานราก ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาตีความ โดยไม่เน้นการพรรณนา มีวัตถุประสงค์ในการหาคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัด เพื่อนำไปสร้างแนวคิด หรือข้อสรุปเชิงทฤษฎีจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสมมุติฐานชั่วคราว ที่ผ่าน

การเก็บรวบรวมมาเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นเข้าด้วยกัน หรือมีการเก็บข้อมูลใหม่เรื่อยๆ จนกว่าจะได้ สมมติฐานหรือทฤษฎีที่สร้างขึ้นจะถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) จากนั้นผู้วิจัยจะจำลอง ข้อสรุปเชิงทฤษฎีในรูปแบบของภาพจำลองทางความคิด (Conceptual Model) ตามความเหมาะสม (ชาย โพธิ์สิตา, 2556)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งเป็น 1) ด้านตรวจสอบสอบเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) หมายถึง การพิจารณาแหล่งที่มาได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล 2) ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) หมายถึง การพิจารณาข้อมูลของผู้วิจัยแต่ละคนแตกต่างกัน 3) การตรวจสอบด้าน ทฤษฎี (Theory Triangulation) หมายถึง การตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีที่ตีความแล้วแตกต่างกันไป จากเดิม (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2557)

จริยธรรมในการดำเนินงานวิจัยคุณภาพ ผู้วิจัยจะต้องแจ้งและขออนุญาตต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก ให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ ก่อนที่จะเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งนัดหมายสถานที่ วันและเวลาก่อนการสัมภาษณ์กลุ่มจะเริ่ม ในระหว่างการเริ่มสนทนาผู้วิจัยจะต้องสร้างบรรยากาศการ สนทนาที่ผ่อนคลาย โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเกิดความเป็นส่วนตัว สามารถแสดงความคิดเห็น โดยอิสระ รักษาความลับ พร้อมยินยอมเข้าร่วมการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นต้นแบบแก่การศึกษา และแลกเปลี่ยนในแวดวงวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้ในกิจการ (ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2556)

## ผลการวิจัย

1. การศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษา กลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ตามแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจที่พักแรมตากอากาศ (อริสรา เสยานนท์, 2558) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

### 1.1 การพิจารณาแรงจูงใจและความต้องการพื้นฐาน

แรงจูงใจและความต้องการของกลุ่มชายรักชายพิจารณาจาก การพักผ่อนและการ แสวงหาความเป็นส่วนตัวในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ท่ามกลางบรรยากาศอันเงียบสงบของ ธรรมชาติที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย แม่น้ำ ภูเขา ชายหาด และย่านชุมชนเมืองเก่า สามารถบรรเทา ความวิตกกังวลจากเรื่องราวๆ ต่างที่เกิดขึ้นภายในชั้นเรียน สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ภูมิปัญญาของชุมชน ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้านอันทรงคุณค่า

การเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการและการรับบริการพิเศษภายในที่พักแรม เปิด โอกาสให้นักศึกษาที่ใช้บริการ ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ เช่น การชมการแสดง การรับฟังดนตรี การใช้บริการสระว่ายน้ำ และการทำสปา เป็นต้น ก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน และยังเป็น การทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อน หรือบุคคลอื่นๆ ที่ร่วมเดินทาง

### 1.2 การค้นหาข้อมูล

การค้นหาข้อมูลอ้างอิงของกลุ่มชายรักชายพิจารณาจาก สื่อออนไลน์ (Online Information) มีส่วนช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลของที่พักแรมและบริการอื่นๆ ได้เร็วยิ่งขึ้น โดยที่

นักศึกษาไม่จำเป็นที่จะต้องเดินทางไปถึงสถานที่จริง เพื่อสำรองห้องพัก เพราะการค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ สามารถอธิบายรายละเอียดของทำเลที่ตั้ง ประเภทห้องพัก ราคา และบริการเสริมต่างๆ พร้อมกับการนำเสนอรูปภาพประกอบที่ชัดเจน ข้อมูลที่ปรากฏได้มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอทันต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น เว็บไซต์หลักของกิจการ (Official Website) โดยนักศึกษาสามารถค้นหาข้อมูลพื้นฐาน ควบคู่กับการสำรองห้องพักได้ทันที อีกทั้งยังสามารถชำระค่าบริการต่างๆ ได้ ในส่วนของการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) อินสตราแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) เป็นต้น เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติในการให้ข้อมูลใกล้เคียงกับเว็บไซต์หลักของกิจการ เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้จัดลำดับเนื้อหาในการนำเสนอ สามารถแสดงผลในลักษณะของภาพถ่ายและภาพเคลื่อนไหวภายในสถานที่จริง โดยนักศึกษาสามารถสอบถามในสิ่งที่ประเด็นหรือข้อสงสัย พร้อมกับเปิดโอกาสให้ผู้อื่นสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างอิสระ นอกจากนี้ศึกษากลุ่มชายรักชาย ยังใช้วิธีการค้นหาข้อมูลที่พักรวมผ่านเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลในลักษณะของเรื่องเล่า ได้แก่ เว็บไซต์พันทิป (PANTIP) และเว็บไซต์บล็อกแก๊ง (BlogGang) เป็นสองเว็บไซต์กลุ่มเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักศึกษากลุ่มชายรักชาย เป็นการนำเสนอประสบการณ์ของผู้ที่เคยใช้บริการในที่พักรวมต่างๆ มาแล้ว ผู้นำเสนอข้อมูลเป็นกลุ่มผู้ที่มีอายุใกล้เคียงกับนักศึกษากลุ่มชายรักชาย ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดจะเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย สามารถเชื่อมโยงรูปภาพประกอบการบรรยายได้ที่เป็นลำดับขั้นตอนตั้งแต่วันแรกที่เข้าที่พักรวมจนถึงวันเดินทางกลับ นอกจากนี้ทางเลือกในการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ประเภทตัวแทนผู้จัดจำหน่ายกลาง (Online Travel Agent) ได้แก่ อโกต้า (Agoda) โดยข้อมูลที่ทำการค้นหามีความใกล้เคียงกับเว็บไซต์หลักของกิจการมากที่สุด สามารถจัดลำดับความนิยมของที่พักในแต่ละพื้นที่ แสดงออกมาในรูปแบบของจำนวนดวงดาว ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการค้นหาข้อมูล และนำไปสู่การตัดสินใจได้ของผู้ค้นหาได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ อโกต้า ยังมอบส่วนลดพิเศษแก่สมาชิกที่ใช้งาน ในการปรับลดอัตราที่ถูกลงกว่าการสำรองห้องพักโดยตรงจากหน้าเว็บไซต์ของกิจการและช่องทางอื่นๆ ความสามารถของอโกต้า ยังสามารถชำระค่าบริการได้ทันที ผ่านบัตรเครดิตของตนเองหรือบัตรเครดิตเสริมของผู้ปกครองทำให้ และมีบริการจัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อยืนยันการเข้าพักและเป็นหลักฐานในการชำระเงินของนักศึกษา

### 1.3 การประเมินทางเลือก

ในการพิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกิจการ ได้แก่ 1) อัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย เริ่มต้นที่หลักร้อยบาทไปจนถึงสามห้าพันร้อยบาท เป็นราคาที่นักศึกษาสามารถจ่ายได้ 2) ทำเลที่ตั้งของกิจการในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ สามารถช่วยผ่อนคลายความวิตกกังวลของนักศึกษา นอกจากนี้ นักศึกษายังตัดสินใจเลือกที่พักรวม ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เนื่องจากเป็นศูนย์กลางในการเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และจ่ายค่าซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกได้ง่าย 3) กิจกรรมและบริการพิเศษที่มอบให้ผู้เข้าพัก เป็นสิ่งสนับสนุนที่นักศึกษานำไปประกอบการตัดสินใจ เช่น ที่พักแรมที่ติดชายหาดทะเล หรือมีบริการสระว่ายน้ำภายในห้องพัก เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่เข้าพักสามารถร่วมสนุก ในกิจกรรมกับสมาชิกคนอื่นๆ ที่ร่วมเดินทาง สำหรับที่พักรวมที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีกิจกรรมในการเยี่ยมชมวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณี ของ

ชุมชน ตลอดจนการเยี่ยมชมความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น 4) อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักแรม สามารถนำไปสนับสนุนการตัดสินใจได้ เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง จำนวนสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โต๊ะทำงาน ไดรฟ์เป่าผม พร้อมกับอุปกรณ์ของใช้ในห้องพัก (Amenities Set) รวมถึงพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ที่จะต้องสามารถรองรับจำนวนสมาชิกที่เข้าพัก

การศึกษาความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเมื่อเดินทางไปถึงที่พักแรม ได้แก่ 1) ภัยธรรมชาติในกรณีที่พักตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวติดชายฝั่งทะเลหรือสถานที่แห่งนั้น เคยประสบกับพิบัติทางธรรมชาติมาแล้ว ได้แก่ เหตุการณ์สึนามิ ที่เคยเกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ 2) ภัยจากการก่อการร้ายในบางพื้นที่ทางภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ เหตุการณ์วางระเบิดที่จังหวัดสงขลา 3) ความแตกต่างของภาษาท้องถิ่นที่พนักงานบริการใช้สื่อสารกับผู้เข้าพัก บางครั้งนักศึกษาที่ไปพักแรมไม่ใช่คนในท้องถิ่น จึงไม่มีความเข้าใจในสำเนียงที่สื่อสารออกมา นำไปสู่ความเข้าใจที่บิดเบือนจากเจตนาที่แท้จริงของพนักงาน 4) เรื่องราวของดวงวิญญาณและสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติ สามารถเกิดขึ้นเมื่อนักศึกษาได้รับข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของที่พักแรมที่ดำเนินกิจการมายาวนาน ประกอบกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของห้องพักและสิ่งปลูกสร้างโดยรอบ ที่ขรุขระทรุดโทรมตามกาลเวลา ส่งผลให้นักศึกษาเกิดความวิตกกังวลจนนอนไม่หลับ

#### 1.4 การบริโภคและผลลัพธ์ที่ได้มา

หลังจากที่นักศึกษากลุ่มชายรักชาย ได้เดินทางไปถึงสถานที่พักแรมและได้รับการบริการต่างๆ ผลลัพธ์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยพิจารณาจากพื้นฐานของความต้องการและระดับความคาดหวังของนักศึกษาแบบรายบุคคล นำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาสในครั้งถัดไป และนักศึกษากลุ่มชายรักชายจะบอกเล่าประสบการณ์ใน 2 ลักษณะดังนี้

1.4.1 ประสบการณ์ผ่านการสนทนาระหว่างบุคคล โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ถ่ายทอดมุมมองและสะท้อนความคิดเห็นที่มีต่อที่พักแรมและการบริการของกิจการ บ่งบอกถึงระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน บางครั้งการถ่ายทอดเรื่องราวในลักษณะของการสนทนากับกลุ่มของผู้ที่มีรสนิยมทางเพศเดียวกันแบบเดียวกัน สามารถเป็นแรงกระตุ้นในผู้ที่รับฟังประสบการณ์เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปพักแรมและทำกิจกรรมเช่นเดียวกับนักศึกษาที่เป็นผู้ถ่ายทอดประสบการณ์

1.4.2 ประสบการณ์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละประเภท ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม (Instagram) โดยการเขียนข้อความเชิงพรรณนา ที่ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกในสถานที่พักแรม พร้อมกับการนำเสนอรูปภาพ การใช้ความสามารถของสื่อออนไลน์ระบุพิกัดของสถานที่ (Check-In) เอาไว้อย่างชัดเจน การเพิ่มผู้ร่วมเดินทางลงในกระดานสนทนา (Tag Friends) นอกจากนี้การสนทนาผ่านสื่อเครือข่ายสังคม เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่สามารถใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) โดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกันแบบทันที ได้แก่ ไลน์ (Line) โดยนักศึกษากลุ่มชายรักชายสามารถส่งรูปภาพ และคลิปวิดีโอ ไปยังกลุ่มเพื่อนสมาชิก เพื่อบ่งบอกให้ทราบถึงลักษณะของที่พักแรมและบริการที่ได้มีส่วนร่วมอยู่ในขณะนั้น

2. การศึกษารูปแบบของที่พักแรมและการบริการ ในความต้องการของนักศึกษาในกลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ความต้องการเฉพาะกลุ่มที่บ่งบอกถึงรสนิยมที่แตกต่างจากผู้ให้บริการทั่วไป สามารถสรุปรายละเอียดออกเป็นประเด็นดังนี้

2.1 การตกแต่ง: นักศึกษากลุ่มชายรักชาย ไม่จำกัดรายละเอียดของโทนสีที่ใช้ในการตกแต่งอาคารและสถานที่ แต่การออกแบบที่เหมาะสมควรเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี เข้ามาผสมผสานกับความร่วมสมัยในยุคปัจจุบัน (Modern Design) ไม่ควรนำเสนอความลักษณะทางกายภาพของกิจการที่เก่าจนเกินไป ปรับขนาดเฟอร์นิเจอร์ ลดอุปกรณ์ตกแต่งบางชนิดที่ไม่จำเป็นออกจากห้องพัก สนับสนุนให้เกิดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักเพิ่มขึ้น ดูแลสายตาเหมาะสมกับการเข้าพัก

2.2 ทำเลที่ตั้ง: นักศึกษากลุ่มชายรักชาย แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่พบว่า ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมควรอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการพักผ่อน เช่น ชายทะเล ทำให้ผู้เข้าพักสามารถทำกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้กลุ่มชายรักชายให้ความสำคัญระดับรองพบว่า ทำเลที่ตั้งควรอยู่ใจกลางเมือง เนื่องจากเป็นศูนย์กลางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านสะดวกซื้อ และสถานี่ขนส่งได้อย่างสะดวกสบาย

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริม: นักศึกษากลุ่มชายรักชาย ให้ความสำคัญกับเรื่องของภัตตาคารหรือร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณที่พักแรม โดยเสนอให้มีการบริการอาหารพื้นถิ่นที่มีรสชาติเอกลักษณ์เฉพาะตัว สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ผ่านรายการอาหาร ในระหว่างรับประทานอาหารสามารถรับฟังดนตรีสด การแสดงพื้นเมือง หรือการแสดงอื่นๆ นอกจากนี้นักศึกษากลุ่มชายรักชายมีความต้องการในการรับบริการดูแลปรนนิบัติผิวภายในที่พักแรม เพื่อให้เกิดการผ่อนคลายความเมื่อยล้าจากการเดินทางที่ยาวนาน และช่วยส่งเสริมผิวพรรณให้มีสุขภาพที่ดี โดยการเลือกใช้ส่วนผสมและวัตถุดิบของท้องถิ่น เข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการบริการ อีกทั้งนักศึกษากลุ่มชายรักชายจะนิยมทำกิจกรรมบริเวณริมสระว่ายน้ำ ร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ ที่ร่วมเดินทางมาด้วย รวมถึงการบริการคู่มือการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นฉบับพกพา เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมีไว้แจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับคำแนะนำในการเดินทางจากพนักงานบริการส่วนหน้า (Front Office) ตลอดจนการบริการรับ-ส่งผู้เข้าพัก จากที่พักแรมไปยังสนามบิน จากสนามบินไปยังที่พักแรม หรือจากที่พักแรมไปยังแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากนักศึกษากลุ่มชายรักชายบางคน ไม่สามารถขับรถยนต์ส่วนบุคคลไปยังสถานที่ต่างๆ ได้ด้วยตนเอง และการสรรหายานพาหนะในการเดินทางไปต่างจังหวัดเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก

### ข้อสรุปเชิงทฤษฎี

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นข้อทฤษฎีตามวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐาน (ศุภลักษณ์ ผาดศรี และวิไลวรรณ มณีจักร สโนว์, 2555) สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะคัดเลือกสื่อโซเชียลมีเดียประเภทต่างๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่ที่พักแรม สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้



กลุ่มที่ 1 เว็บไซต์หลักที่ให้ข้อมูลอย่างเป็นทางการ ได้แก่ เว็บไซต์หลักของกิจการ และเว็บไซต์ประเภทตัวแทนผู้จัดจำหน่ายกลาง เป็นสื่อโซเชียลที่มีข้อมูลพื้นฐานของที่พักแรมที่คล้ายคลึงกัน สามารถสำรองห้องพักและชำระค่าบริการได้ทันที

กลุ่มที่ 2 เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) แกรม ไลน์ (Line) และอินสตรา (Instagram) และเป็นสื่อโซเชียลที่สามารถให้ข้อมูลและสามารถโต้ตอบข้อสงสัยได้ทันที ควบคุมเนื้อหาโดยผู้ประกอบการของแต่ละกิจการ

กลุ่มที่ 3 เว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลในลักษณะของเรื่องเล่า ได้แก่ เว็บไซต์พันทิป (PANTIP) และบล็อกแก๊ง (BlogGang) เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่มีรูปแบบการถ่ายทอดประสบการณ์ในรูปแบบของการดำเนินชีวิตในที่พักแรมแต่ละวัน สร้างความสนใจในการติดตามเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นไปวันต่อไป

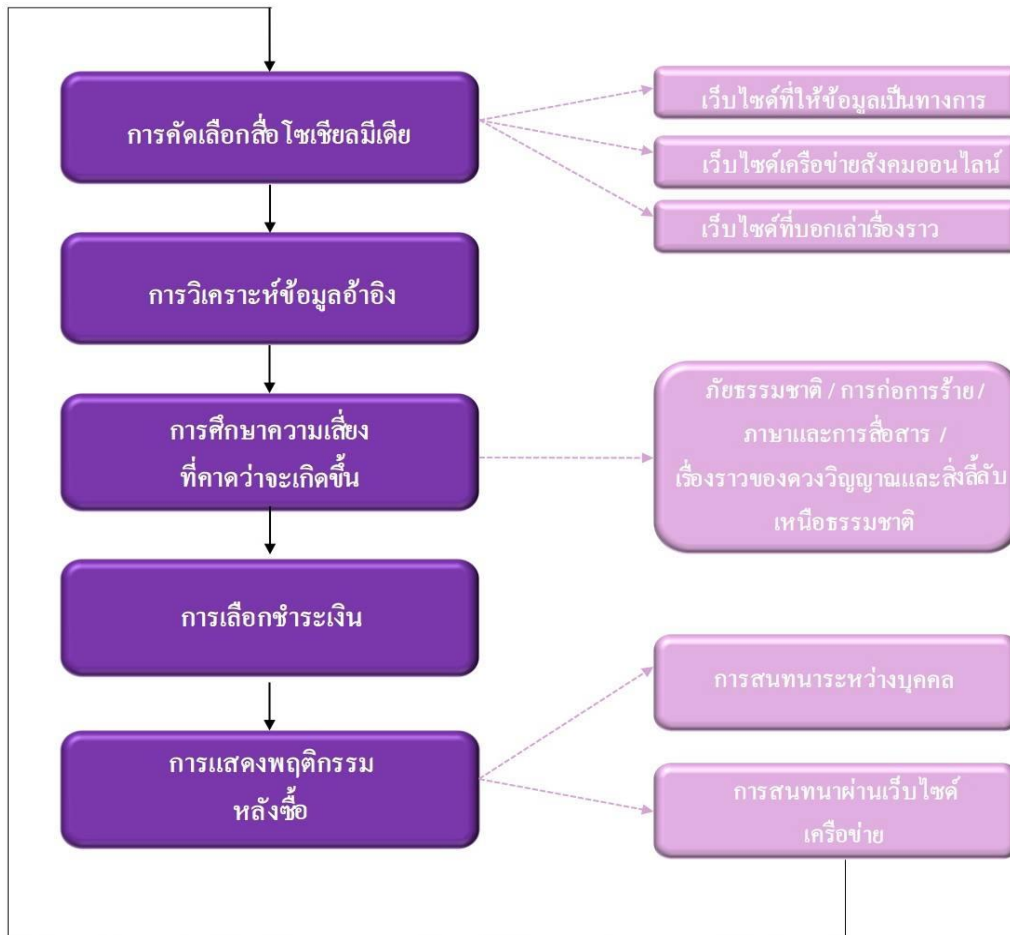
2. นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะพิจารณาข้อมูลที่ปรากฏในสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้แก่ ประวัติของกิจการ ทำเลที่ตั้ง อัตราค่าบริการ การออกแบบตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย โดยนักศึกษากลุ่มชายรักชายจะวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับผู้ร่วมเดินทางและวัตถุประสงค์ในการเดินทางแต่ละครั้ง เพื่อการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่ ที่มีเหมาะสมกับค่าบริการที่ต้องชำระ

3. นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะเกิดความสับสนกับที่พักแรมที่ตนเองกำลังจะเลือก เนื่องจากการค้นหาข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดียบางประเภท ได้ปรากฏให้ทราบถึงความเสี่ยงในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ 1) ภัยธรรมชาติในกรณีที่พักตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวติดชายฝั่งทะเล 2) การก่อการร้ายในบางพื้นที่ทางภาคใต้ของประเทศไทย 3) ความแตกต่างของภาษาถิ่นที่พนักงานบริการใช้สื่อสาร อาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกับพนักงาน และ 4) เรื่องราวของดวงวิญญาณและสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับประวัตภูมิหลังของกิจการ นักศึกษาจำเป็นที่จะต้องกำหนดแนวทางในการแก้ไขเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อจัดการกับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

4. นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะตัดสินใจเลือกที่พักแรมในความต้องการ โดยสามารถชำระเงินผ่านหน้าเว็บไซต์หลักของกิจการ และเว็บไซต์ประเภทตัวแทนผู้จัดจำหน่ายกลาง หรือสามารถโทรศัพท์เพื่อนัดหมายการชำระ ณ วันที่เดินทางถึงที่พัก

5. นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะแสดงทัศนคติเพื่อบ่งบอกถึงความพึงพอใจและความคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่อที่พักแรม โดยจะมีรูปแบบการสื่อสารทั้งสิ้น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การสนทนาระหว่างบุคคลในกลุ่มชายรักชายด้วยกัน และ 2) การสนทนาผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ

ข้อสรุปเชิงทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถอธิบายดังแผนภาพในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรวมผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### อภิปรายผล

การศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักรวมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า

การพิจารณาแรงจูงใจและความต้องการพื้นฐานของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย มีความต้องการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัว คำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ สามารถผ่อนคลายความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นจากการเรียน รวมถึงการได้ตระหนักถึงความสำคัญในมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถต่อยอดทักษะการเรียนรู้และเสริมสร้างประสบการณ์การชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาทา ตาดพริ้ง (2545) พบว่า ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม ประกอบกับวัฒนธรรมและประเพณีไทยที่น่าประทับใจ เป็นแรงจูงใจของนักเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง

ภายในที่พักแรมในความต้องการของนักศึกษากลุ่มชายรักชายจำเป็นต้องมีกิจกรรมและบริการเสริมอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ การบริการสปา การรับชมการแสดง การฟังดนตรี เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมนันทนาการ เป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้นักศึกษากลุ่มชายรักชายเกิดความสุขสนานเพลิดเพลินในระหว่างที่เข้าพักแรม ได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นที่ร่วมเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มลธิรา เมืองพุทธา (2554) พบว่า การท่องเที่ยวสถานบันเทิงในยามราตรีกับกลุ่มเพื่อนฝูง และการบำรุงผิวพรรณ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพและความมั่นใจ เป็นรูปแบบกิจกรรมการให้รางวัลตนเอง (Self-Gift) ของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การค้นหาที่พักแรมของนักศึกษากลุ่มชายรักชายจะใช้วิธีการสืบค้นข้อมูลจากสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เว็บไซต์หลักของกิจการ และ เว็บไซต์ประเภทตัวแทนผู้จัดจำหน่ายกลาง สามารถสำรองห้องพักและชำระเงินผ่านระบบได้ทันที สำหรับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) ไลน์ (Line) และอินสตราแกรม (Instagram) โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแลระบบและควบคุมเนื้อหาที่เผยแพร่สามารถโต้ตอบข้อมูลได้ทันที นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์พันทิป (PANTIP) และเว็บไซต์บล็อกแก๊งค์ (BlogGang) สามารถนำเสนอออกมาในรูปแบบประสบการณ์ในการเข้าพักแรมในแต่ละวัน ซึ่งความสามารถของสื่อโซเชียลมีเดียแต่ละประเภท สามารถทำให้นักศึกษากลุ่มชายรักชายเข้าถึงสื่อข้อมูลที่พักแรมภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงสถานที่จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรีย์ เข้มทอง และคณะ (2553) อธิบายเกี่ยวกับประเภทสารสนเทศประเภทเปลี่ยนแปลง เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ ระบบอินเทอร์เน็ต ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ และถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ระบบ และยังเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

การตัดสินใจและการประเมินทางเลือกของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย จะพิจารณาจากคุณค่าของอัตราค่าบริการกับการบริการที่ได้รับ เช่น รูปแบบการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมที่จะได้เข้าไปมีส่วนร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูสิต เพ็ญศิริ (2554) พบว่า กลุ่มชายรักชายต้องใช้ระยะเวลาในการวางแผน เพื่อกำหนดค่าใช้จ่ายที่ใช้ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวล่วงหน้า เนื่องจากกลุ่มชายรักชายส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนมากมาย เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่อยู่อาศัย ค่าผ่อนชำระยาพาหนะ และค่าบัตรเครดิต

การคาดคะเนถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในระหว่างการเข้าพักของนักศึกษา เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย ความแตกต่างของภาษาถิ่นที่ใช้ในการสื่อสารของพนักงานบริการ และเรื่องราวของสิ่งลึกลับเหนือธรรมชาติ ที่อาจส่งผลให้เกิดความวิตกกังวลในการเข้าพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มชายรักชาย มีความต้องการที่จะให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแต่ละประเภท ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความเรียบร้อยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การซ่อมแซมสิ่งปลูกสร้างที่ชำรุด การจัดสรรพื้นที่ให้มีความสะดวกสบาย การเพิ่มจำนวนกล้องวงจรปิด การเพิ่มป้ายสื่อความหมาย และการดูแลรักษาความสะอาดและสุขอนามัยในพื้นที่ เพื่อความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

การแสดงออกทางพฤติกรรมหลังการซื้อของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย โดยการสื่อสารในรูปแบบของการสนทนาระหว่างบุคคลในกลุ่มของชายรักชายด้วยกันและกลุ่มอื่นๆ หากเรื่องราวที่นำเสนอเป็นที่พักแรมที่มีการบริการที่ประทับใจ มีราคาที่เหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

มีการออกแบบโครงสร้างอาคารที่ร่วมสมัย มีการจัดสรรพื้นที่และมีกิจกรรมพิเศษต่างๆ อาจส่งผลให้กลุ่มเพื่อนที่รับฟังเกิดความปรารถนาที่จะเดินทางมาใช้บริการตามคำบอกเล่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาดนลิน สีเตียว (2556) พบว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว ยังสามารถแนะนำกลุ่มเพื่อน ญาติ พี่น้อง หรือคนรู้จักให้มาใช้บริการด้วย และการรอคอยการบริการ รวมถึงมีการสำรองบริการอื่นๆ ล่วงหน้า

นอกจากนี้นักศึกษากลุ่มชายรักชายจะนำเอาประสบการณ์ในระหว่างที่เข้าพักและรับบริการ นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบของข้อความตัวอักษร สอดแทรกรูปภาพจากสถานที่จริง เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ ข้อความตัวอักษรที่ปรากฏสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของนักศึกษา ผู้ใช้บริการ ที่มีความชัดเจนตรงไปตรงมามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เชิญขวัญ แซ่ฮิว (2556) พบว่า การโฆษณาผ่านเว็บไซต์เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก เนื่องจากสามารถสืบค้นได้ทุกที่ทุกเวลา และหากข้อมูลที่เผยแพร่ออกไปเป็นที่พึงพอใจของผู้อ่าน จะส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบของที่พักรวมและการบริการในความต้องการของนักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) การตกแต่งที่นำเสนอ อัตลักษณ์ของท้องถิ่นผสมผสานกับความร่วมสมัย และการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยให้มีความสะดวกสบาย 2) ทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของแต่ละพื้นที่ หรือตั้งอยู่ใจกลางเมือง เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง 3) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริม ที่นักศึกษากลุ่มชายรักชายต้องการ ได้แก่ รายการอาหารพื้นถิ่น กิจกรรมการแสดงประเภทต่างๆ และการบริการคู่มือนำเที่ยวขนาดพกพา ตลอดจนการบริการรถรับ-ส่ง ไปยังสถานที่ต่างๆ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารจัดการ

1.1 ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความต้องการกิจกรรมนันทนาการในรูปแบบต่างๆ เพื่อส่งเสริมความเพลิดเพลินภายในที่พักแรม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำการสำรวจความต้องการ และกำหนดรูปแบบของกิจกรรมแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจ พิจารณาความพร้อมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในบริเวณที่ตั้งที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นกิจกรรมนันทนาการแก่ผู้เข้าพัก รวมถึงการจัดสรรพื้นที่ของกิจการในแต่ละส่วนให้เหมาะสมแก่การดำเนินกิจกรรมนันทนาการ

1.2 ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่มชายรักชาย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยภายในที่พักแรม โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เคยประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ และเคยเกิดเหตุการณ์การก่อการร้ายมาแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยไปยังกลุ่มผู้เข้าพักในทุกช่องทาง เพื่อออบกู้ภาพลักษณ์ของกิจการ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้าพัก ตลอดจนการสนับสนุนให้มีการเพิ่มจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้ในการรักษาความปลอดภัยตามบริเวณต่างๆ ของที่พักแรม เช่น กิ่งหวงจระปิด สัญญาณเตือนภัยธรรมชาติ และสัญญาณกันขโมยในจุดต่างๆ รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรหน่วยรักษาความปลอดภัยในบริเวณที่มีความเสี่ยง

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นชาวต่างชาติ ที่มีความหลากหลายในเชื้อชาติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน หรือควรศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักอื่นๆ ที่กำลังเป็นตลาดเป้าหมายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงแรม เช่น นักท่องเที่ยวมุสลิม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มสตรีวัยทำงาน และนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการ เป็นต้น

2.2 ควรศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการขนส่งนักท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางน้ำ และทางบก นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาในกลุ่มธุรกิจบริการอื่นๆ เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหารของฝากของที่ระลึก สถาบันเทรนนิ่ง บริษัทจัดนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น

2.3 การศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรม ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย สามารถเชื่อมโยงไปยังการศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ที่จะนำไปสู่ประเด็นปัญหาทางการวิจัยของที่พักแรมในพื้นที่อื่นๆ

## บรรณานุกรม

- ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์. (2554). **วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิด**. นครปฐม: สถาบันนวัตกรรม การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฑาภา ตาดพริ้ง. (2545). **การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เจษฎาภรณ์ ศรศรีเกิด. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดียของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. วิจัยปัญหาทางเศรษฐกิจปัจจุบันเศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจริญวิทย์ ฐิติวรารักษ์. (2544). **การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาย โปธิสิตา. (2556). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ปริ้นท์ติ้ง แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน).
- เชิญขวัญ แซ่ฮิว. (2556). **ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงดนตรี**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2549). **งานวิจัยเกย์ไทย กับความเข้าใจเชิงญาณวิทยา**. สืบค้นจาก <http://www.sac.or.th/main/uploads/article/Epistemology.pdf>
- นาถนลิน สีเขียว. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมหลังการซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). ประสิทธิภาพและกฎแห่งความสำเร็จในการ  
ดำเนินการสหกรณ์การเกษตร: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก.  
**Veridian E-Journal SU.** 6(1), 610-628.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2553). รูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในความต้องการของ  
นักท่องเที่ยวกลุ่มชายรักชาย: กรณีศึกษาธุรกิจบริการในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.  
สืบค้นจาก [http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/435\\_20150126\\_02553\\_24.pdf](http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/435_20150126_02553_24.pdf)
- ภาสกร เรืองรอง และคณะ. (2557). **โซเชี่ยลมีเดียกับการศึกษา.** วิจัยการศึกษามหาบัณฑิต  
สาขาเทคโนโลยีและการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ภูสิต เพ็ญศิริ และบริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด. (2549). **พฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่มเกย์ ใน  
กรุงเทพมหานคร.** สืบค้นจาก [http://www.nanosearch.co.th/product\\_pdf/238.pdf](http://www.nanosearch.co.th/product_pdf/238.pdf)
- มลธิรา เมืองพุทธา. (2554). **การศึกษาเรื่องการให้รางวัลตนเองของกลุ่มนักศึกษาชายรักชาย  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. **Veridian E-Journal SU.** 6(1), 548-560.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2556). **รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดในความต้องการของนักท่องเที่ยว  
กลุ่มชาย.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม  
และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภลักษณ์ ผาดศรี และวิไลวรรณ มณีจักร สโนว์. (2555). วิธีการวิจัยแบบการสร้างทฤษฎีฐานราก  
ข้อมูล (Grounded Theory Methodology). **วารสารกิจกรรมบำบัด.** 17(3), 30-37.
- สมพิศ ปันตกแต่ง. (2554). **วิถีชีวิตกลุ่มชายรักชายในเรือนจำ กรณีศึกษาเรือนจำกลางนครปฐม.  
การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- สุรีย์ เข้มทอง และคณะ. (2553). **เอกสารการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว  
และโรงแรม เล่มที่ 1 หน่วยที่ 1-8.** สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อริสรา เสนยานนท์. (2558). **การจัดการที่พักตากอากาศ.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.