

การตัดสินใจเลือกโฮสเทลในกรุงเทพฯ: อิทธิพลนโยบายของภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางบริการ

Hostel Selection Decision in Bangkok: The Influence of Government Policy, Business Adaptability, Marketing Capability, and Service Capability

¹นภาพรณ อนุปรีชาวนิชย์, ²หรรษา สันติวิไลลักษณ์, ³ปิยธิดา เปี่ยมงามและ ⁴จิรภา งามสุทธิ

¹Naphaphon Oonprechavanich, ²Hansa Santiwilailuk, ³Piyatida Paimngam and ⁴Jirapa Ngamsuthi

¹⁻³สาขาวิชาการตลาดเชิงสร้างสรรค์และดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

⁴สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

¹⁻³Creative and Digital Marketing Program in Faculty of Management Science

Pibulsongkram Rajabhat University

⁴Management Program in Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Corresponding Author. E-mail: Naphaphon.o@psru.ac.th

Received July 25, 2025; Revised August 21, 2025; Accepted August 27, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาถึง นโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการโฮสเทล จำนวน 385 ราย การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และ 2) การตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับอิทธิพล ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางบริการ ความสามารถทางการตลาด และนโยบายภาครัฐ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ 0.364, 0.287, 0.152 และ 0.104 ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถรวมทำนายการตัดสินใจใช้บริการได้ร้อยละ 54.6 (Adjusted R² = 0.546) โดยมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.849

คำสำคัญ: นโยบายภาครัฐ; ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ; ความสามารถทางการตลาด; ความสามารถทางบริการ; การตัดสินใจใช้บริการ; โฮสเทล

Abstract

This study aimed to: 1) examine government policies, business adaptability, marketing capabilities, service capabilities, and the decision to use budget accommodation services (hostels) in Bangkok, and 2) analyze the influence of government policies, business adaptability, marketing capabilities, and service capabilities on the decision to use budget accommodation services (hostels) in Bangkok. Data were collected from 385 users of budget accommodation services (hostels) through non-probability sampling, specifically purposive sampling. Descriptive statistics, including mean and standard deviation, were used for data analysis, while inferential statistics were conducted using Stepwise Multiple Regression Analysis. The findings revealed that: 1) government policies, business adaptability, marketing capabilities, service capabilities, and the decision to use budget accommodation services (hostels) in Bangkok all had high mean values, and 2) the decision to use budget accommodation services (hostels) in Bangkok was influenced by business adaptability, service capabilities, marketing capabilities, and government policies with influence values of 0.364, 0.287, 0.152 and 0.104 respectively. All variables combined could predict the decision to use hostel services with an explanatory power of 54.6% (Adjusted $R^2 = 0.546$), and the Durbin-Watson statistic was 1.849.

Keywords: government policies; business adaptability; marketing capabilities, service capabilities; service usage decision; Hostels

บทนำ

โฮสเทลเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีผู้เดินทาง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายในราคาประหยัด (Buhalis, 2000) โฮสเทลเป็นตัวเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัด และกลายเป็นส่วนสำคัญในตลาดการท่องเที่ยวของหลายประเทศ (Gössling, 2003)

โฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครได้กลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกหลักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มองหาที่พักที่มีราคาประหยัดและสะดวกสบาย ด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การแข่งขันในตลาดที่พักราคาประหยัดนั้นจึงมีความเข้มข้นมากขึ้น (MGR Online, 2566) โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ มีการกระจุกตัวสูง มีจำนวนมากกว่า 2,000 แห่งตามโซนท่องเที่ยว เช่น ถนนข้าวสาร เยาวราช อนุสาวรีย์-สุขุมวิท และบางรัก เป็นต้น ทั้งนี้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโฮสเทลในกรุงเทพฯ ปี 2023 อยู่ที่ร้อยละ 63-68 (กรมการท่องเที่ยว, 2567) ทำให้โฮสเทลจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการบริการและปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้า (Kotler et al., 2017) อย่างไรก็ตาม ปัจจัยหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าย รวมถึงนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ และความสามารถทางการตลาดและ

การบริการ ซึ่งสามารถมีผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จของโฮสเทลในตลาดที่มีการแข่งขันสูงนี้ (Chandran, 2019; Tsuji, 2019)

นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมาตรฐานการบริการในธุรกิจที่พักอาศัยสามารถช่วยส่งเสริมการเติบโตและพัฒนาคุณภาพของบริการในอุตสาหกรรมนี้ (Khan, 2020) นอกจากนี้ ความสามารถในการปรับตัวของโฮสเทลในสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนหรือสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ ก็มีผลต่อความสามารถในการรักษาลูกค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ (Huang & Kim, 2021) อีกทั้ง การตลาดที่มีประสิทธิภาพและการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (Miller & Roberts, 2021)

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจโฮสเทล (Singh & Kasavana, 2019; Kuo et al., 2022) แต่ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาแบบองค์รวมถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถด้านการบริการ ต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล โดยเฉพาะในบริบทของกรุงเทพมหานคร

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจโดยการบูรณาการปัจจัยภายนอก (นโยบายรัฐ) เข้ากับปัจจัยภายใน (ความสามารถขององค์กร) ในบริบทของ "ธุรกิจโฮสเทล" ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวและมีการแข่งขันสูงในกรุงเทพฯ ยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยการศึกษาในเบื้องต้นเพื่อทำความเข้าใจลักษณะของตัวแปร จากนั้นทำการทดสอบความสัมพันธ์เชิงทำนายของอิทธิพลของนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผลการวิจัยที่ได้รับจะทำให้ธุรกิจโฮสเทลสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ และใช้เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์เพื่อความสามารถในการปรับตัว รวมถึงความสามารถทางการตลาดและบริการที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล และสามารถดึงดูดลูกค้าได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นโยบายภาครัฐส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความสามารถทางการตลาดส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ความสามารถทางการบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

นโยบายภาครัฐมีความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักราคาประหยัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการกำหนดมาตรฐานและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทฤษฎีว่าด้วยสถาบัน (Institutional Theory) ของ Scott (2014) กล่าวถึง การที่องค์กรต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมาตรฐานที่กำหนดโดยสถาบันต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิธีการดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและที่พักราคาประหยัด นโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานในการดำเนินการของธุรกิจที่พัก ราคาประหยัด และการสนับสนุนธุรกิจที่พักราคาประหยัดที่เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Tan & Chan, 2021; Nguyen, 2022; Smith, 2022)

ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ จาก ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities Theory) ของ Teece (2014) อธิบายถึง ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวและพัฒนาเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การปรับตัวเพื่อความยั่งยืน การใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา การปรับตัวในสถานการณ์วิกฤต การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการสร้างเครือข่ายและการตลาด (Ahmed & Khan, 2019; Singh & Sharma, 2020; Wang & Li, 2021; Zhang & Chen, 2022; Lee & Kim, 2023)

ความสามารถทางการตลาด จาก ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ของ Barney (1991) และงานวิจัยของ Kapoor et al. (2019) แสดงให้เห็นว่า ทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กร เช่น ความสามารถทางการตลาด จะเป็นปัจจัยที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและคงความสำเร็จในระยะยาวสำหรับโฮสเทล ความสามารถทางการตลาด

หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การกำหนดราคา การพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และการใช้เครื่องมือการตลาดแบบปากต่อปาก (Lee & Chen, 2019; Wang & Lin, 2021; Zhang & Li, 2022; Nguyen & Tran, 2023)

ความสามารถทางการบริการ จาก แนวคิดกระบวนทัศน์ด้านการบริการทางการตลาด (Service-Dominant Logic: SDL) ของ Vargo and Lusch (2004) กล่าวถึง การที่คุณค่า (Value) ถูกสร้างขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ และสำหรับโฮสเทล ความสามารถทางการบริการ หมายถึง การบริการลูกค้า ความสะอาดและการจัดการที่พัก การให้บริการที่สะดวกสบายและรวดเร็ว การปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง การใช้เทคโนโลยีในการบริการ (Lee & Park, 2020; Wang & Chen, 2021; Zhang & Liu, 2021; Kim & Cho, 2022)

การตัดสินใจใช้บริการ จาก ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) อธิบายถึง กระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ที่กล่าวถึง การตัดสินใจของบุคคล จะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการกระทำ ความคาดหวังจากกลุ่มคนรอบข้าง และการควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ได้ ในกรณีของการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมหลังซื้อ (Kotler & Keller, 2016)

นอกจากนี้ การศึกษาของ Khan (2020) พบว่า นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น การจัดตั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจหรือการให้การสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบบนโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโฮสเทล นักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยและการให้บริการที่รัฐบาลรับรอง ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกสบายในการเดินทาง

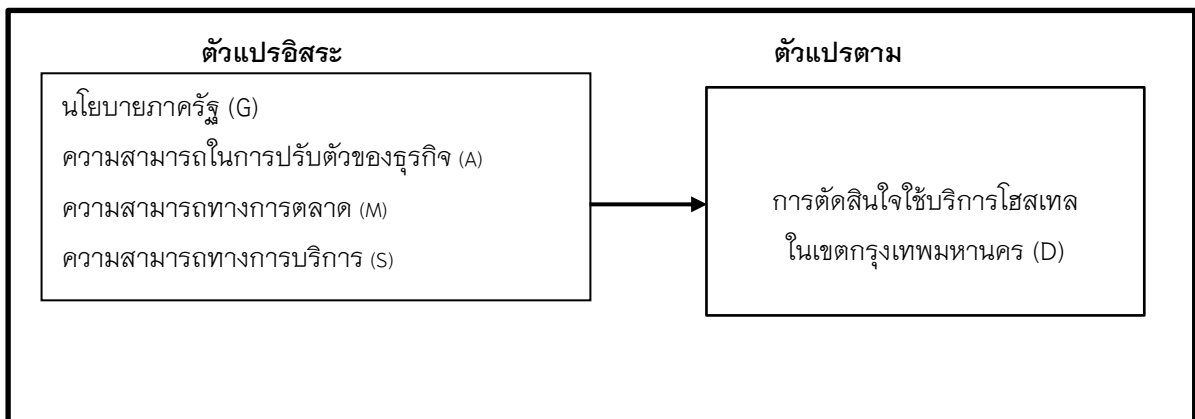
การศึกษาของ Huang and Kim (2021) พบว่า ความสามารถในการปรับตัวของโฮสเทลมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงในภาวะเศรษฐกิจหรือวิกฤตการณ์ เช่น ภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โฮสเทลที่สามารถปรับตัวอย่างรวดเร็วโดยการปรับรูปแบบการให้บริการ เช่น การเพิ่มความสะอาด การปรับราคา และการเสนอบริการใหม่ ๆ มีแนวโน้มที่จะดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น

การศึกษาของ Miller and Roberts (2021) เน้นให้เห็นถึง ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด (ความสามารถทางการตลาด) ที่ใช้ในการดึงดูดลูกค้าที่ใช้บริการโฮสเทล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปัจจุบันการตลาดดิจิทัลกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีอิทธิพลสูง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำส่งเสริมการตลาดด้านต่าง ๆ เช่น การรีวิวจากลูกค้าหรือการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์

เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มความนิยมและสร้างการรับรู้ตราสินค้าในหมู่นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโฮสเทล สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ และเพิ่มอัตราการจองห้องพักได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาของ Vargo and Lusch (2004) และ Brown and Smith (2022) พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีต่อโฮสเทล การบริการที่ดีไม่เพียงแต่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย แต่ยังสร้างความรู้สึกระทึกใจที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำได้ และสามารถสร้างความพึงพอใจได้มากกว่าคู่แข่ง

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมา สามารถจำแนกเป็น 4 ตัวแปรอิสระหลัก ได้แก่ นโยบายภาครัฐ (Government Policy: G) ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ (Business Adaptability: A) ความสามารถทางการตลาด (Marketing Capability: M) และความสามารถทางการบริการ (Service Capability: S) โดยทั้ง 4 ตัวแปรจะถูกนำมาทดสอบเพื่อดูว่าส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2567 ถึงกันยายน พ.ศ. 2567 โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1) ประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ประชากรของการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จำนวนกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ จึงทำการคำนวณจากสูตรของ Cochran (1977) สมมติค่าสัดส่วนเท่ากับ 0.50 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยการกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก

2) เครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 นโยบายภาครัฐ ส่วนที่ 3 ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ส่วนที่ 4 ความสามารถทางการตลาด ส่วนที่ 5 ความสามารถทางการบริการ และส่วนที่ 6 การตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

3) การทดสอบเครื่องมือ แบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 ส่วนที่ 5 และส่วนที่ 6 เก็บข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา รายข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli & Hambleton, 1977) ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 ส่วนที่ 5 และส่วนที่ 6 มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.898, 0.929, 0.921, 0.937 และ 0.933 ตามลำดับ โดยมีค่าความน่าเชื่อถือรวมเท่ากับ 0.941 ซึ่งค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความน่าเชื่อถือสูง (Cronbach, 1970)

4) แหล่งที่เก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จากเขตปทุมวัน ได้แก่ หลับดีบางกอกสยามสแควร์โฮสเทล (Lub D Bangkok Siam Square Hostel) จากเขตพระนคร ได้แก่ เบด สเตชัน โฮสเทล (Bed Station Hostel Bangkok), วีแบงคอก โฮสเทล (We Bangkok Hostel), มาร์โคโพลโล โฮสเทล (Marco Polo Hostel), แน็ปพาร์ค โฮสเทล (Nappark Hostel) และทีนี่โฮสเทล (Here Hostel) จากเขตพญาไท ได้แก่ The Yard Hostel Bangkok, ลิงค์คอร์เนอร์ โฮสเทล (Linkcorner Hostel) และอิน อะ บอกซ์ โฮสเทล (In a box hostel) จากเขตบางรัก ได้แก่ เทค อะ แนป (Take A Nap), สะพายเป้ โฮสเทล (Saphaipae Hostel), เกลอ แบงค็อก โฮสเทล (Glur Bangkok Hostel), เอฟเวิร์เดย์ แบงค็อก โฮสเทล (Everyday Bangkok Hostel) และเอชคิว โฮสเทล (HQ Hostel) จากเขตสาทร ได้แก่ อีทีซี โฮสเทล กรุงเทพฯ (ETZzz Hostel Bangkok) และเอส1โฮสเทล (S1 Hostel) จากเขตดินแดง ได้แก่ สยามเมซ โฮสเทล (Siamaze hostel) และจากเขตคลองเตย ได้แก่ เช็คอินน์กรุงเทพชิคโฮสเทล (CheQinn – Bangkok Chic Hostel), วันเดย์ โฮสเทล (Oneday Hostel) และ Howw Hostel

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล ด้านนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) โดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาจากค่า Tolerance และ ค่า VIF รวมถึงการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวแปรเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) โดยอาศัยเกณฑ์ในการพิจารณาจากค่า Durbin-Watson เพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ว่า นโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และ ความสามารถทางการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้านนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยสถิติพรรณนา ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางการบริการ

ความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความ	ลำดับ
นโยบายภาครัฐ (G)	4.07	0.65	มาก	4
ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ (A)	4.42	0.79	มาก	1
ความสามารถทางการตลาด (M)	4.35	0.67	มาก	3
ความสามารถทางการบริการ (S)	4.38	0.59	มาก	2

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อทุกรายปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ 1) ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ (A) อยู่ในระดับมาก 2) ความสามารถทางการบริการ (S) 3) ความสามารถทางการตลาด (M) และ 4) นโยบายภาครัฐ (G)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความ
การตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร (D)	4.12	0.85	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ของในเขตกรุงเทพฯ อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) เพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ (Adjust R^2) ค่า Durbin-Watson และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ของการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

	Un STD Coefficients	STD. Coefficients	t	Sig.	Collinearity	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.677		3.948	.000		
นโยบายภาครัฐ (G)	.379	.364	8.162	.000	.597	1.674
ความสามารถในการปรับตัว (A)	.255	.287	5.902	.000	.504	1.981
ความสามารถทางการตลาด (M)	.132	.152	3.464	.000	.620	1.613
ความสามารถทางการบริการ (S)	.086	.104	2.249	.016	.663	1.508
$R^2 = 0.552$ Adj. $R^2 = 0.546$ Durbin-Watson = 1.849						

จากตารางที่ 3 พบว่า การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ถือว่าผ่านเกณฑ์หมายความว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เพราะ ค่า Tolerance นโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางการบริการของโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่าง 0.504 ถึง 0.663 (มากกว่า 0.10) (O'Brien, 2007) และ ค่า VIF ของนโยบายภาครัฐ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการตลาด และความสามารถทางการบริการของโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่าง 1.508 ถึง 1.981 (น้อยกว่า 10.00) (Mansfield & Helms, 1982)

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกิดขึ้น แสดงค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.849 ซึ่งค่าใกล้เคียง 2 ถือว่าตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบมีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) ซึ่งจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Tabachnick & Fidell, 2019; Field, 2013)

นอกจากนี้อิทธิพลของ ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ (A) ความสามารถทางการบริการ (S) และความสามารถทางการตลาด (M) และนโยบายภาครัฐ (G) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร (D) สามารถแสดงในรูปแบบสมการพยากรณ์ (คะแนนมาตรฐาน) ได้ดังนี้

$$Z_D = 0.364Z_A + 0.287Z_S + 0.152Z_M + 0.104Z_G$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$D = 0.677 + 0.379A + 0.255S + 0.132M + 0.086G$$

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ได้เท่ากับ 0.552 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ (Adjust R^2) เท่ากับ 0.546

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ ผลการวิจัย พบว่า 1) ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการบริการ ความสามารถทางการตลาด และนโยบายภาครัฐ รวมถึง การตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เพราะ ผู้ใช้บริการต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมและการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tan and Chan (2021) พบว่า การสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของรัฐเป็นปัจจัยสำคัญต่อธุรกิจที่พักราคาประหยัด นอกจากนี้ผู้ให้บริการต้องการให้ธุรกิจที่พักราคาประหยัดให้ความสำคัญกับการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในด้านความยั่งยืน เช่น การใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ หรือการรักษาสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee and Kim (2023) พบว่า ธุรกิจที่พักราคาประหยัดต้องสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในด้านความยั่งยืน สำหรับความสามารถทางการบริการ ผู้ใช้บริการต้องการให้ธุรกิจที่พักราคาประหยัดให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาดของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee and Park (2020) พบว่า ลูกค้าของธุรกิจที่พักราคาประหยัดต้องการการบริหารจัดการเพื่อรักษามาตรฐานด้านความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สูง สำหรับความสามารถทางการตลาดนั้น ธุรกิจที่พักราคาประหยัดควรให้ความสำคัญต่อการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อการเพิ่มการเข้าถึงของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang and Li (2022) เช่น การจองผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เป็นเครื่องมือทางการตลาด

ที่สำคัญในการเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า และการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความคิดเห็นจากลูกค้าที่เคยเข้าพัก

โดยการวิจัยที่ดีสามารถเพิ่มความน่าสนใจในการใช้บริการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee and Kim (2023) พบว่า ความคิดเห็นจากลูกค้าที่เคยเข้าพักเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจของลูกค้าใหม่ โดยการวิจัยที่ดีสามารถเพิ่มความน่าสนใจในการใช้บริการได้ และ 2) ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ความสามารถทางการบริการ ความสามารถทางการตลาดและนโยบายภาครัฐ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพราะผู้ให้บริการจะเลือกโฮสเทลที่สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการบริการที่เป็นมิตรและมีคุณภาพ การตลาดที่ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวก รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ทำให้โฮสเทล สามารถเติบโตได้ในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan (2020) พบว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการในธุรกิจที่พักราคาประหยัดของภาครัฐจะช่วยส่งเสริมการเติบโตและพัฒนาคุณภาพของบริการในอุตสาหกรรมที่พักราคาประหยัดนี้ และงานวิจัยของ Huang and Kim (2021) พบว่า ความสามารถในการปรับตัวของโฮสเทลในสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงจะผลต่อความสามารถในการรักษาลูกค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ รวมถึงงานวิจัยของ Miller and Roberts (2021) พบว่า การตลาดและการบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ตลอดจนแนวคิดของ Vargo and Lusch (2004) ที่กล่าวถึง การบริการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการเกิดจากคุณค่า (Value) ถูกสร้างขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และงานวิจัยของ Brown and Smith (2022) พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพสูงนอกจากจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งแล้ว ยังทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

งานวิจัยนี้ได้พัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงทำนายโดยบูรณาการหลายทฤษฎีเพื่ออธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างเป็นระบบ และขยายองค์ความรู้ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในตลาดท่องเที่ยวเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทล สามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์ให้ตรงกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ภาครัฐสามารถใช้เพื่อกำหนดนโยบายสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวได้ตรงเป้า และนักวิจัยสามารถต่อยอดงานวิจัยในบริบทหรืออุตสาหกรรมอื่นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) โฮสเทล ควรเตรียมแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดฝัน เช่น การระบาดของโรค วิกฤตเศรษฐกิจ หรือภัยธรรมชาติ รวมถึงการเปลี่ยนรูปแบบบริการได้ เช่น การปรับแต่งห้องพักให้รองรับการทำงาน (workation) หรือแพ็คเกจเที่ยวแบบประหยัด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการความคุ้มค่า ตลอดจนพัฒนาความร่วมมือกับร้านอาหาร ร้านกาแฟ เพื่อสร้างแพ็คเกจ หรือข้อเสนอพิเศษ ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและตอบสนองต่อลักษณะการท่องเที่ยวแบบประหยัด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวอิสระ

2) โฮสเทล ควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะพื้นที่ส่วนกลาง ห้องพัก และห้องน้ำ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะพนักงานด้านการบริการ เช่น การสื่อสารที่เป็นมิตร ความสามารถในการให้ข้อมูล และการช่วยเหลืออย่างจริงใจ เพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์เชิงบวก รวมถึงการออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าที่มีความเฉพาะตัว เช่น การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ หรือการมอบของที่ระลึก เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์และการจดจำตราสินค้า

3) โฮสเทล ควรใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Google, Facebook, Instagram และ TikTok อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และการพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะของโฮสเทล เช่น การตกแต่งที่สะท้อนวัฒนธรรมไทย ความเป็นมิตรของพนักงาน หรือกิจกรรมร่วมภายในโฮสเทล เพื่อให้ลูกค้าจดจำและบอกต่อ

4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฮสเทล ควรให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือการจัดงานเทศกาลการท่องเที่ยว ต่าง ๆ รัฐบาลสามารถกำหนดกฎระเบียบที่ชัดเจนและบังคับใช้อย่างเข้มงวดจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจโฮสเทล

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่กรุงเทพมหานครเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามการขยายการศึกษาไปยังตลาดต่างประเทศ หรือเมืองท่องเที่ยวในต่างประเทศจะช่วยให้สามารถเปรียบเทียบได้ว่า ความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ และการบริการที่ดีสามารถสร้างผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการได้แตกต่างกันในบริบทต่าง ๆ เช่น การศึกษาในเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือพื้นที่ที่มีการแข่งขันในธุรกิจโฮสเทลสูงกว่า

2) การวิจัยครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นว่า นโยบายภาครัฐมีผลกระทบต่อธุรกิจโฮสเทล เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่การศึกษาผลกระทบในเชิงลึกเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายเหล่านี้ และผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาวเป็นเรื่องที่น่าสนใจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2567). ทะเบียนสถานประกอบการที่พักแรมในกรุงเทพมหานคร ปี 2566. สืบค้นวันที่ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.dot.go.th/pages/4>
- Ahmed, Z., & Khan, S. (2019). Market adaptability of budget accommodation businesses in emerging economies: The case of Thailand. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 35–49.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Brown, A., & Smith, L. (2022). Strategic adaptation in the hospitality industry: A case study of hostels in Bangkok. *Journal of Hospitality Management*, 35(4), 45–59.
- Buhalis, D. (2000). Tourism in the 21st century: Online distribution, consumer behavior, and business strategies. *Tourism Management*, 21(4), 411–426.
- Chandran, S. (2019). Government policies and their effects on tourism accommodation businesses in Thailand. *Journal of Tourism Policy*, 14(2), 89–104.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using SPSS*. (4th ed.). SAGE Publications.
- Gössling, S. (2003). Sustainable tourism development in the Maldives: The challenge of tourism diversification. *Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 227–239.
- Huang, C., & Kim, S. (2021). Business adaptability and customer satisfaction in the hospitality industry. *International Journal of Business and Management*, 29(1), 12–25.
- Kapoor, S., Gupta, A., & Sharma, R. (2019). The impact of marketing strategies on the success of hostels. *International Journal of Tourism Research*, 22(4), 336–348.
- Khan, M. (2020). The impact of government regulations on the performance of budget hotels in Bangkok. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 57–73.

- Kim, Y., & Cho, H. (2022). Service efficiency and customer convenience in budget hotels: How speed impacts satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 85–96.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau, D. (2017). *Marketing management*. (15th ed.). Pearson.
- Kuo, C. M., Lee, S. H., & Wang, J. H. (2022). An empirical study on consumer decision-making in hostel selection. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(5), 489–504.
- Lee, J., & Park, S. (2020). The impact of cleanliness on guest satisfaction in budget accommodations: Evidence from Southeast Asia. *Tourism Management*, 34(3), 102–115.
- Lee, M., & Kim, D. (2023). Sustainability practices and customer adaptability in budget accommodation: A study of the Southeast Asian market. *Sustainable Tourism Journal*, 13(4), 201–215.
- Lee, S., & Chen, Z. (2019). Customer relationship management in budget accommodation: A study of small-scale hotels in Thailand. *Tourism Management*, 33(2), 178–192.
- Mansfield, E. R., & Helms, B. S. (1982). Detecting multicollinearity. *The American Statistician*, 36(3), 158–160.
- MGR Online. (2566). “กรุงเทพฯ” แชมป์เมืองที่มีคนมาเที่ยวมากที่สุด ชาวดีวงการท่องเที่ยวแห่งปี 66. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https://mgronline.com/travel/detail/9660000116089#google_vignette.
- Miller, R., & Roberts, T. (2021). Service quality in budget accommodation: A comparative study of hostels in urban tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100765.
- Nguyen, L. (2022). Sustainable practices in budget accommodation businesses: Government policies and industry trends in Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 98–110.
- Nguyen, M., & Tran, A. (2023). Word-of-mouth marketing and its impact on the budget accommodation sector in Southeast Asia. *Journal of Tourism Marketing*, 15(4), 230–244.
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673–690.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.

- Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. (4th ed.). Sage Publications.
- Singh, D., & Kasavana, M. (2019). Exploring hostel attributes influencing customer choice. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(1), 25–42.
- Singh, R., & Sharma, M. (2020). Resilience and adaptability of budget accommodation businesses during crises: Evidence from the COVID–19 pandemic. *International Journal of Tourism Research*, 22(6), 723–734.
- Smith, J. (2022). Government policies for promoting affordable accommodation businesses in Southeast Asia. *International Journal of Hospitality and Tourism*, 14(3), 45–57.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics*. (7th ed.). Pearson.
- Tan, S., & Chan, T. (2021). Government support for budget accommodation in Thailand: A case study of low-cost tourism policies. *Tourism Policy Review*, 28(2), 89–103.
- Teece, D. J. (2014). The foundations of the dynamic capabilities theory. *Strategic Management Review*, 6(1), 2–14.
- Tsuji, K. (2019). Digital marketing strategies in the hospitality industry: The case of hostels in Asia. *Journal of Digital Marketing*, 11(1), 33–47.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17.
- Wang, J., & Li, Y. (2021). Technology adoption and adaptability in budget accommodation: An analysis of small businesses in China. *Journal of Hospitality Technology and Innovation*, 19(2), 99–112.
- Wang, T., & Lin, J. (2021). Pricing strategies and competitive advantage of budget accommodation businesses: Evidence from China. *Tourism Economics*, 27(5), 832–849.
- Wang, Y., & Chen, D. (2021). Continuous service improvement in budget accommodation: The role of customer feedback. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45(2), 75–89.
- Zhang, L., & Li, W. (2022). The role of digital marketing in enhancing budget accommodation businesses in Southeast Asia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 113–125.

- Zhang, L., & Liu, Q. (2021). Customer service quality in budget accommodation businesses: A comparative study of China and Thailand. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 112–124.
- Zhang, X., & Chen, H. (2022). Adaptability of budget accommodation businesses in the post-pandemic era: A case study of Southeast Asia. *Tourism Management Perspectives*, 41, 56–69.