

แนวทางการส่งเสริมการใช้บริการที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Guidelines for Promoting the Use of Hostel Accommodation in Bangkok

จิรธิดา มีสมบัติ¹ เสรี วงษ์มณฑา² ผกามาศ ชัยรัตน์³

Jirathida Sombut, Seri Wongmonta, Pakamas Chairatana

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ใช้ถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มประชากรที่ศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์สมมติฐานใช้การทดสอบทีและการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.5 ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมการใช้บริการที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักและทราบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ เลือกใช้บริการที่พักแรมโฮสเทลเพราะที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ และเลือกใช้บริการในวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ อีกทั้งยังเลือกใช้บริการที่พักแรมโฮสเทล 1 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 1,001 - 1,500 บาทต่อครั้ง และส่วนใหญ่เดินทางตามลำพังเพื่อใช้บริการที่พักแรมโฮสเทล โดยใช้บริการขนส่งสาธารณะประเภทรถไฟฟ้ามารับใช้บริการ 2. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในระดับเห็นด้วย 3. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านสิ่งแวดล้อมที่พบเห็น ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ด้านความไว้วางใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ในระดับเห็นด้วยตามลำดับ

คำสำคัญ (Keywords) : โฮสเทล; การบริการ; กรุงเทพมหานคร

Received: 2023-02-09 Revised: 2023-04-03 Accepted: 2023-04-07

¹ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao.
Corresponding Author e-mail: jiratd_jida@hotmail.com

² วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao

³ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao

Abstract

The objective of this research was to study the level of the opinion of Thai tourists on the marketing mix of hostel accommodation in Bangkok. This research is a quantitative study and data collection using questionnaires used to inquire about Thai tourists who use hostel accommodations in Bangkok. The population group studied was 400 people, and analyze data with statistics programs using descriptive statistical. For find out frequency, percentage, mean, standard deviation values, and inferential statistics with hypothesis analysis by T-test and one-way ANOVA or F-test. At a significant level 0.5. The results found that 1) the behavior of accommodation at hostels in the Bangkok area It was found that the majority of respondents knew about hostel accommodations in Bangkok by searching the internet or social media, choose to stay at the hostel because of the full amenities and the holiday season. They also choose to use the hostel accommodations once a month for 1,001–1,500 baht per time, and most of them travel alone to use the hostel accommodations, using public transport (MRT, BTS) to use the service. 2) The sample has an overall opinion level on a product, price, distribution channel, and promotion. personnel, physical, and process aspects at the agreed level. 3) The sample had an overall impression of the environment seen around it, reliability, response to demand, trust, and care levels are in respectively agreement.

Keywords: Hostel; Service Quality; Bangkok

บทนำ (Introduction)

รูปแบบการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางท่องเที่ยวแบบคนเดียวมากขึ้น เนื่องจากความต้องการอิสระและความต้องการพึ่งตนเอง ซึ่งธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลเป็นธุรกิจที่พักแรกประเภทหนึ่งที่มุ่งเน้นการให้บริการแบบ Self-service จึงทำให้ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลมีบทบาทมากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่ตอบสนองด้านความประหยัดค่าใช้จ่ายและด้านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมเดินทางใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะสำคัญของที่พักแรมโฮสเทล คือ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในราคาประหยัดที่ผู้มาใช้บริการสามารถเข้าพักได้จำนวนไม่มากนัก และมีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ซึ่งลักษณะของห้องพักจะมีลักษณะคล้ายห้องพักที่มีทั้งแบบแยกห้องพัก แยกโซนระหว่างชาย – หญิงอย่างชัดเจน ในส่วนของนักท่องเที่ยวมาใช้บริการโดยส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติและกลุ่มคนในประเทศ (Hostel Management, 2017)

สำหรับการบริหารจัดการธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลนั้นคงไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้สนใจประกอบธุรกิจบางรายมีความคิดเห็นว่า ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลเป็นธุรกิจที่สามารถเปิดได้ง่าย ๆ ผู้ที่มีสถานที่และงบประมาณเพียงเล็กน้อยก็สามารถประกอบธุรกิจประเภทนี้ได้ แต่ในความ

เป็นจริงแล้วการทำธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะปัจจุบันมีที่พักแรมโฮสเทลเกิดขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดคู่แข่งจำนวนมาก อีกทั้งต้นทุนต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการแข่งขันก็มีจำนวนที่สูงด้วยเช่นกัน เช่น ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ค่าการลงทุนปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาให้ที่พักดูดีกว่าคู่แข่ง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการรักษาลูกค้า และจากต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เพิ่มสูงขึ้นได้ทำให้ธุรกิจที่พักแรม โฮสเทลในหลาย ๆ แห่งจะต้องทำการปิดตัวลงหรือประกาศขายกิจการกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลจะต้องมีการวางแผนและมีการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นอย่างดี (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรรม, 2559)

ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลถือเป็นธุรกิจด้านบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ต้องการการบริการที่หรูหรา แต่กลับต้องการพบปะผู้คน ความเป็นกันเอง ความใกล้ชิด ความอบอุ่นจากผู้ให้บริการหรือพนักงาน ดังนั้นผู้ให้บริการหรือพนักงานจะต้องดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกเหมือนมานอนที่บ้านเพื่อน เกิดความรู้สึกอุ่นใจ แต่ไม่ละเลยเรื่องความปลอดภัย และการพูดจาที่ดี รวมทั้งการให้คำแนะนำต่าง ๆ นอกจากนี้การเลือกทำเลที่ตั้งก็ถือได้ว่าเป็นทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่สำคัญมากเช่นเดียวกัน และเพื่อให้การบริหารธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลประสบความสำเร็จ จะต้องมีการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการแข่งขันเพื่อหาลูกค้า การดูแลลูกค้า การดูแลรักษาสถานที่ การบริหารทีมงาน การกำหนดแผนการตลาด และที่สำคัญคือ การบริหารเงิน (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรรม, 2559)

ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า ประเทศไทยรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 38.3 ล้านคน ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 25 – 34 ปีจากทั่วโลกที่หลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 28 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 12.5 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึง ปี พ.ศ. 2560 ในขณะที่กลุ่มอายุอื่นอยู่ที่ร้อยละ 9 และจากการสำรวจของ Hostelworld group ผู้ให้บริการจอง Hostel ออนไลน์อันดับ 1 ระบุว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลมากกว่าร้อยละ 70 เป็นชาวมิลเลนเนียล (Millennials) หรือผู้ที่เกิดช่วงปี พ.ศ. 2524 – พ.ศ. 2539 ซึ่งกำลังกลายเป็นผู้บริโภคหลักในหลากหลายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการ ของชาวมิลเลนเนียลที่มีส่วนในการสนับสนุนให้ธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลมีการเติบโต ได้แก่ 1) ความนิยมท่องเที่ยวตามชุมชน เพื่อมองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ แสวงหาความท้าทาย 2) ความชอบท่องเที่ยวคนเดียว (Solo traveler) และ 3) การเดินทางไปเที่ยวบ่อยที่สุด (มาร์เก็ตทิงออนไลน์, 2562)

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบน TripAdvisor พบว่า จำนวน 9 จังหวัดภายในประเทศไทยที่มีจำนวนที่พักแรมโฮสเทลมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกระบี่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดชลบุรี จังหวัดเชียงราย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามลำดับ โดยจังหวัดที่มีสัดส่วนที่พักแรมโฮสเทลต่อจำนวนที่พักทั้งหมด

มากที่สุดคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นอย่างน้อยร้อยละ 17 จากที่พักทั้งหมดกว่า 3,000 แห่ง (มาร์เก็ตอินออนไลน์, 2562) อย่างไรก็ตามภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ที่เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงที่ประเทศจีนมีผู้ติดเชื้ออันดับ 1 เมื่อประมาณเดือน มกราคม 2563 และนำมาสู่การปิดประเทศไทยจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ล้วนมีผลต่อภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการภายใน กรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2563 เป็นต้นมา ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว มีการเปิดกิจการไปแล้วร้อยละ 80 แต่เนื่องจากการให้มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ เมื่อเดือน มิถุนายน 2563 ได้ทำให้ธุรกิจประเภทโรงแรม เป็นธุรกิจกลุ่มแรกๆ ที่เริ่มเปิดกิจการ และธุรกิจกลุ่มสุดท้ายที่ทยอยเปิดกิจการ คือ กลุ่มสถานบันเทิง (ภัทรพร ตันงาม, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะนำเสนอบทความวิจัยซึ่งเป็นผลจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการใช้ที่พักโรงแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 โดย มุ่งเน้นด้านคุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยัง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจที่พักโรงแรมโฮสเทลใน จังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทยได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Methods)

เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ของที่พักโรงแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักโรงแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงครอบคลุมเนื้อหา อย่างสมบูรณ์นำมาใช้อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน การใช้บริการที่พักโรงแรมโฮสเทล ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(7P's) ของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่พักแรมโฮสเทล ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมธุรกิจที่พักแรมโฮสเทล ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างที่จำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสมในการศึกษาตัวแปรดังกล่าว คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555, น. 34)

2. ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้น สถิติที่เหมาะสมในการศึกษาตัวแปรดังกล่าว คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555, น. 34)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-Test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกัน (F-Test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffé) ที่กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการใช้บริการที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	0.53	มาก
ด้านราคา	3.79	0.59	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.55	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	0.48	มาก
ด้านบุคลากร	3.67	0.39	มาก

ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.83	0.37	มาก
ด้านกระบวนการ	3.75	0.40	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า

- ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการมีชื่อเสียงของที่พักแรมโฮสเทล ค่าเฉลี่ย = 3.72 (S.D. = 0.75) สภาพของห้องพักที่สะอาด ค่าเฉลี่ย = 3.71 (S.D. = 0.88) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบ ค่าเฉลี่ย = 3.61 (S.D. = 0.75) และประเภทของห้องพักมีให้เลือกหลายรูปแบบ ค่าเฉลี่ย = 3.00 (S.D. = 1.03) ตามลำดับ

- ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านราคาในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อห้องพักมีการกำหนดราคาไว้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 3.93 (S.D. = 0.82) การมีช่องทางชำระค่าบริการได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต เงินสด และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก ค่าเฉลี่ย = 3.89 (S.D. = 0.90) ห้องพักมีหลายราคาให้เลือก ค่าเฉลี่ย = 3.68 (S.D. = 0.89) และราคาที่พักรมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ค่าเฉลี่ย = 3.66 (S.D. = 0.84) ตามลำดับ

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการจองสถานที่พักผ่านสมาร์ตโฟน ค่าเฉลี่ย = 4.03 (S.D. = 0.60) การให้บริการสำรองที่พักผ่านตัวแทนการให้บริการ เช่น Agoda, Traveloka เป็นต้น ค่าเฉลี่ย = 3.89 (S.D. = 0.83) การสำรองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์เพจเฟซบุ๊ก ค่าเฉลี่ย = 3.86 (S.D. = 0.79) และการให้บริการสำรองที่พักผ่านทางเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย = 3.79 (S.D. = 0.79) ตามลำดับ

- ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก ค่าเฉลี่ย = 3.77 (S.D. = 0.94) การให้ส่วนลดแก่ผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำอย่างอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย = 3.57 (S.D. = 0.71) การมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาที่พักรอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย = 3.53 (S.D. = 1.02) และการให้บริการรถรับ - ส่ง ระหว่างที่พักกับสนามบินหรือสถานีขนส่งต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย = 3.44 (S.D. = 0.91) ตามลำดับ

- ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านบุคลากรในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการที่พนักงาน บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว

ทั่วถึง ค่าเฉลี่ย = 4.03 (S.D. = 0.59) การที่เจ้าหน้าที่มีความสามารถเพียงพอในการให้บริการอย่างปลอดภัยแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ย = 3.86 (S.D. = 0.74) การที่พนักงาน มีความสามารถให้บริการที่ ถูกต้อง ชัดเจน สะดวก และรวดเร็วแก่ผู้ที่ใช้บริการ ค่าเฉลี่ย = 3.78 (S.D. = 0.80) และการที่พนักงาน ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส และแสดงความเป็นมิตร ค่าเฉลี่ย = 3.01 (S.D. = 1.02) ตามลำดับ

- ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อการบำรุงรักษาที่พักรถตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย = 3.95 (S.D. = 0.83) การติดตั้งกล้องวงจรปิดในทุก ๆ ที่ของบริเวณที่พักแรม ค่าเฉลี่ย = 3.93 (S.D. = 0.70) การมีบรรยากาศที่ดีภายในบริเวณที่พักและห้องพัก ค่าเฉลี่ย = 3.82 (S.D. = 0.75) และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางที่หลากหลาย เช่น ห้องอาหาร มุมพักผ่อน ตู้ล็อกเกอร์ และที่จอดรถ เป็นต้น ค่าเฉลี่ย = 3.61 (S.D. = 0.76) ตามลำดับ

- ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านกระบวนการในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสำรองห้องพัก การเช็คอิน การเช็คเอาท์ ค่าเฉลี่ย = 4.07 (S.D. = 0.71) จำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย = 3.76 (S.D. = 0.84) การกำหนดรูปแบบในการชำระเงินที่หลากหลายวิธี เช่น การโอนผ่านแอปพลิเคชัน โอนผ่านธนาคาร การสแกน QR Code การชำระด้วยเงินสด และ บัตรเครดิต เป็นต้น ค่าเฉลี่ย = 3.61 (S.D. = 0.82) และมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพเช่น มี รปภ. ดูแลรักษาให้ความปลอดภัยของที่พักรถตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการติดตั้งกล้องวงจรปิด ค่าเฉลี่ย = 3.55 (S.D. = 0.71) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในปัจจุบันโฮสเทลมีการพัฒนาให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งเป็นมากกว่าที่พัก ราคาถูกที่ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณอย่างจำกัดในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ดี ๆ แล้วได้พักผ่อนแบบไม่หุ่รหามากนัก อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการได้รู้จักเพื่อนใหม่ ได้สัมผัสบรรยากาศใหม่ ๆ ทั้งนี้โฮสเทลส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนหรือใกล้ตลาด ร้านค้าต่าง ๆ รวมไปถึงแหล่งช้อปปิ้งสำคัญที่สามารถเดินทางได้โดยใช้บริการขนส่งสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีภักดิ์ (2559, น. 56) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของโฮสเทลไว้ว่า โฮสเทลเป็นที่พักรถที่มีพื้นที่ใช้งานร่วมกับผู้อื่นที่มาพักอาศัยในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อให้ได้ที่พัก ในราคาประหยัด โดยใช้พื้นที่ใช้งานต่าง ๆ ร่วมกัน ได้แก่ ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น เป็นต้น นอกจากนี้เป็นที่พักรถราคาประหยัดแล้ว เมื่อมีพื้นที่ใช้งานร่วมกันจึงก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มาพักอาศัย เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ปัจจุบันโฮสเทลได้มีการพัฒนาให้ เป็นมากกว่าที่พักราคาถูกมีโฮสเทลจำนวนมากมีบริการที่ดีใกล้เคียงมาตรฐานโรงแรม เป็นผลมาจาก

การเติบโตของโฮสเทลส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูง ปัจจัยที่ส่งผลให้โฮสเทลประสบความสำเร็จมีอยู่ 3 องค์ประกอบคือ จุดขาย (Creativity) ทำเลและการตลาด (Connecting) และการสร้างชุมชนของการอยู่ร่วมกัน (Community)

การศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้เนื่องจากโฮสเทลโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นด้านการมีชื่อเสียงของที่พักแรมโฮสเทล ประเภทของห้องพักมีให้เลือกหลายรูปแบบ สภาพของห้องพักที่สะอาด การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบ การกำหนดราคาไว้อย่างชัดเจน การมีช่องทางชำระค่าบริการได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต เงินสด และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก ห้องพักรวมหลายราคาให้เลือก ราคาที่พักรวมเหมาะสมกับการให้บริการ การจองสถานที่พักผ่านสมาร์ทโฟน การให้บริการสำรองที่พักผ่านตัวแทนการให้บริการ เช่น Agoda, Traveloka เป็นต้น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์เพจเฟซบุ๊ก การให้บริการสำรองที่พักผ่านทางเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

อีกทั้งยังมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก การให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้บริการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง การมีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาที่พักรวมอย่างชัดเจน และการให้บริการรถรับ - ส่ง ระหว่างที่พักกับสนามบินหรือสถานีขนส่งต่าง ๆ การที่พนักงาน บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง การที่เจ้าหน้าที่มีความสามารถเพียงพอในการให้บริการอย่างปลอดภัยแก่ลูกค้า การที่พนักงาน มีความสามารถให้บริการที่ ถูก ต้อง ชัดเจน สะดวก และรวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการ และการที่พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส และแสดงความเป็นมิตร การบำรุงรักษาที่พักตลอดเวลา การติดตั้งกล้องวงจรปิดในทุก ๆ ที่ของบริเวณที่พักแรม การมีบรรยากาศที่ดีภายในบริเวณที่พักและห้องพัก และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางที่หลากหลาย เช่น ห้องอาหาร มุมพักผ่อน ตู้ล็อกเกอร์ และที่จอดรถ เป็นต้น ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสำรองห้องพัก การเช็คอิน การเช็คเอาท์ จำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ การกำหนดรูปแบบในการชำระเงินที่หลากหลายวิธี เช่น การโอนผ่านแอปพลิเคชัน โอนผ่านธนาคาร การสแกน QR Code การชำระด้วยเงินสด และ บัตรเครดิต เป็นต้น และมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพเช่น มี รปภ. ดูแลรักษาให้ความปลอดภัยของที่พักตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงการติดตั้งกล้องวงจรปิด

ซึ่งสอดคล้องกับ ณ-ณรี แก่นทอง (2559, น.112) ที่กล่าวว่า การจัดการโฮสเทลแบ่งการให้บริการออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงก่อนเข้าพัก การให้ข้อมูลลูกค้าเรื่องการจองในวิธีต่าง ๆ การเดินทางมายังที่พัก และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ช่วงระหว่างเข้าพัก การดูแลภาพลักษณ์ของสถานที่ ความพร้อมของอุปกรณ์ใช้งานต่าง ๆ และช่วงหลังการเข้าพัก สอบถามคุณภาพการให้บริการจากลูกค้าที่มาพัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรทราย กุลสุทธิชัย (2562, น. 89) ที่

ได้ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล พบว่า ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรหมพร ทับเนียม (2558, น. 97) ที่ได้ศึกษาโครงการจัดตั้งธุรกิจเฮอริเทจรีตันโกสินทร์โฮสเทล กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขนาดห้อง ด้านราคา คือ ราคาห้องพักที่หลากหลาย ด้านสถานที่ตั้งคือ ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การรวมบริการระหว่างห้องพักกับบริการอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก ด้านลักษณะกายภาพ คือ ระบบรักษาความปลอดภัย ด้านพนักงาน คือ มีความรู้และความเข้าใจในงานบริการ ด้านกระบวนการบริการ คือ ความสะดวกสบายในการชำระเงินค่าห้องพัก

การที่ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำ คำปรึกษาด้วยความถูกต้องและแม่นยำและตอบตรงคำถามเสมอ เมื่อลูกค้าพบปัญหาพนักงาน การให้บริการจะต้องตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าเสมอ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในที่พัก และบริเวณที่พัก ที่ให้บริการต้องมีมาตรฐานและพร้อมใช้งาน ค่าบริการต่าง ๆ ต้องถูกต้องและสามารถแจ้งให้ลูกค้าทราบได้อย่างชัดเจน การที่พนักงานผู้ให้บริการทุกคน มีความเต็มใจช่วยเหลือรวมถึงให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว การต้อนรับลูกค้าเข้าพักทันทีโดยไม่ต้องให้เสียเวลาในการเช็คอินและยกกระเป๋าขึ้น การมีพื้นที่ส่วนกลางอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และการมีพนักงานที่พร้อมในการให้บริการเพียงพอ การที่พนักงานสามารถดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันได้ พนักงานสนใจช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่ใช้บริการแล้วเกิดปัญหาด้วยความรวดเร็ว ที่พักมีการจัดการที่ดีและมีการบริการเหมือนเดิมทุกครั้ง และพนักงานต้องบริการด้วยความเป็นมืออาชีพ เช่น การออกเอกสารต่าง ๆ ต้องถูกต้อง การที่พนักงานต้องสร้างความเป็นกันเองให้กับลูกค้าให้เกิดความรู้สึกเหมือนได้อยู่กับเพื่อนหรือคนในครอบครัว พนักงานมีการแสดงออกทางภาษากายที่ตีรวมถึงการพูดจาอ่อนโยนและสุภาพ พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าโดยให้ บริการตรงกับความต้องการรวมถึงการยอมรับความคิดเห็นของลูกค้า และพนักงานจะต้องขอโทษทันทีที่ทำผิดพลาด ซึ่งการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจการให้บริการ ดังที่ ญัฐพร ดอกบุญนาค และฐาปนกรณ์ ทองคำนุช (2558) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นเรื่องสำคัญในธุรกิจโรงแรม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก

ทั้งนี้ผลการสำรวจปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พักปรากฏว่าปัจจัยการให้บริการอยู่ในลำดับที่ 3 รองลงมาจาก ปัจจัยของที่ตั้งโรงแรม ความปลอดภัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริการเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่จะต้องให้ความสำคัญ นอกจากนั้น Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988, p. 15) ยังได้กล่าวว่า การบริการโรงแรมยังมีความสำคัญต่อผู้รับบริการ ทั้งการอำนวยความสะดวก การให้ความหมาย และการให้ความบันเทิง ตลอดจนการพักผ่อนหย่อนใจ ในด้านของการอำนวยความสะดวก การให้ความสบาย และการให้ความบันเทิง และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai and Hitchcock (2016, p. 142) ที่

ได้ศึกษางานวิจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรม พบว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงแรมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าที่โรงแรมสามารถให้บริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ซึ่งองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย องค์ประกอบทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อความต้องการ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ประโยชน์หลักที่ประกอบด้วยหลากหลายและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของที่พักแรมโฮสเทลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรมุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงของธุรกิจให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยส่งเสริมให้มีการได้รับรางวัลคุณภาพในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีการกำหนดสภาพของห้องพักที่สะอาด รวมทั้งการมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ครบครัน และการมีประเภทของห้องพักหลากหลายรูปแบบให้เลือกสรร

1.2 ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรมีการกำหนดราคาไว้อย่างชัดเจน มีช่องทางชำระค่าบริการได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต เงินสด และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความง่ายและสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ การมีห้องพักหลายราคาให้ผู้ให้บริการได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ และการกำหนดราคาที่ห้องพักที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการให้บริการ

1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรกำหนดให้มีการให้บริการสำรองที่พักผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การสำรองที่พักผ่านสมาร์ทโฟน การสำรองที่พักผ่านตัวแทนการให้บริการ เช่น Agoda, Traveloka เป็นต้น การสำรองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เพจเฟซบุ๊ก และการสำรองที่พักผ่านทางเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวได้สืบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่พักได้อย่างสะดวก มีการให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้บริการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาที่พักอย่างชัดเจน และมีการให้บริการด้านรถรับ - ส่ง ระหว่างที่พักกับสนามบินหรือสถานีขนส่งต่าง ๆ

1.5 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรกำหนดนโยบายให้พนักงานบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่มีความสามารถเพียงพอในการให้บริการอย่างปลอดภัยแก่ลูกค้า รวมทั้งมีความสามารถในการให้บริการที่ถูกต้อง ชัดเจน สะดวก และรวดเร็วแก่ผู้ใช้บริการ และหมั่นตรวจตราให้พนักงานทุกคนให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยความสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส และแสดงความเป็นมิตรแก่ผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรหมั่นบำรุงรักษาที่พักตลอดเวลา ดำเนินการติดตั้งกล้องวงจรปิดในทุก ๆ ที่ของบริเวณที่พักแรม สร้างบรรยากาศภายในบริเวณที่พักและห้องพักให้มีความสงบ ร่มรื่น และกำหนดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางที่หลากหลาย เช่น ห้องอาหาร มุมพักผ่อน ตู้ล็อกเกอร์ และที่จอดรถ เป็นต้น

1.7 ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบธุรกิจโฮสเทลควรสร้างความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการสำรองห้องพัก การเช็คอิน การเช็คเอาท์ กำหนดให้มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการ และมีการกำหนดรูปแบบในการชำระเงินที่หลากหลายวิธี เช่น การโอนผ่านแอปพลิเคชัน โอนผ่านธนาคาร การสแกน QR Code การชำระด้วยเงินสด และ บัตรเครดิต เป็นต้น รวมทั้งกำหนดมาตรการการรักษาความปลอดภัยสำหรับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ เช่น กำหนดให้มี รปภ. ดูแลรักษาให้ความปลอดภัยของที่พักตลอด 24 ชั่วโมง และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยจากโฮสเทลของจังหวัดอื่นในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ในเชิงการเปรียบเทียบข้อมูลความเหมือนหรือความแตกต่างของการวิจัยในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอื่นที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวแปรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการให้บริการด้านที่พักอาศัยแบบโฮสเทล เช่น การตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนตรทราย กุลสุทธิชัย. (2562). *กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- พรหมพร ทับเนียม. (2558). *โครงการจัดตั้งธุรกิจเฮอริเทจรีเทลโกสเทลโฮสเทล กรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพฯ.
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรรม. (2559). *The Hostel Bible*. กรุงเทพฯ: ชูเปอร์กรีน.
- ณ-ณริ แก่นทอง. (2559). *แนวทางการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- Hostel Management. *Definition of Hostel*. Retrieved from <https://hostelmanagement.com/glossary/hostel.html>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

-
- Lai, I. K. W. & Hitchcock, M. (2016). A comparison of service quality attributes for stand-alone and resort-based luxury hotels in Macau: 3-Dimensional importance-performance analysis. *Tourism Management, Elsevier*. 55(C),139-159.