



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล

ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

FACTORS EFFECTING DECISION MAKING IN SELECTING  
BUDGET HOTEL (HOSTEL) IN LATKRABANG BANGKOK

ฉัฐสุรีย์ พรหมศิริ

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล  
ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
FACTORS EFFECTING DECISION MAKING IN SELECTING BUDGET HOTEL (HOSTEL)  
IN LATKRABANG BANGKOK

ฉัฐสุรีย์ พรหมศิริ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2559



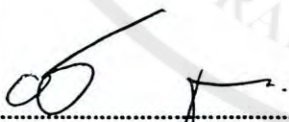
อาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์  
กรรมการ



อาจารย์ ดร.ลันทม จอนจวบทรง  
อาจารย์ที่ปรึกษา



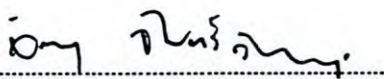
อาจารย์ ดร.ลันทม จอนจวบทรง  
กรรมการ



อาจารย์ ดร.อาภรณ์ ภูเฝือก  
กรรมการ



อาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์  
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



รองศาสตราจารย์อียสา จันทรวิธานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณราย แสงวิเชียร  
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล  
ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ฉัฐสุรีย์ พรหมศิริ 576106

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ: ลั่นทม จอนจวบทรง, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจหลังจากการเข้าพักอาศัยที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้เข้าพักโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาวิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 387 คน และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานทางสถิติด้วย ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26–35 ปี และมีระดับการศึกษาาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท และที่สำคัญระดับการเลือกที่พักที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกที่พักโดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ 7 ประการตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร โดยคำนึงถึงความอัธยาศัยดี อ่อนน้อมสุภาพ และใบหน้าที่ยิ้มแย้มของพนักงาน 2) ด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีช่องทางในการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ 3) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยจะคำนึงถึงความสำคัญเรื่องอากาศปลอดโปร่งและถ่ายเทสะดวก 4) ด้านกระบวนการ โดยได้คำนึงถึงความรวดเร็วของการให้บริการเป็นหลัก 5) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของที่พัก 6) ด้านราคา โดยคำนึงถึงความสำคัญในการแจ้งราคาห้องพักที่ชัดเจน และ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางที่ชัดเจน นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เข้าพักที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ที่พักที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล



FACTORS EFFECTING DECISION MAKING IN SELECTING BUDGET HOTEL (HOSTEL)  
IN LATKRABANG BANGKOK

CHATSUREE PROMSIRI 576106

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

INDEPENDENT STUDY ADVISORY COMMITTEE: LANTHOM JONJUABTONG, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to explore the factors influencing a decision making of tourists for selecting budget hostels in Latkrabang, Bangkok and 2) to study the satisfaction of the participants after staying at the chosen hostels.

The participants in this study are the sample groups of Thai tourists who stayed at hostels in Latkrabang, Bangkok. The data are collected through questionnaires from 387 informants, and analyzed by using a statistical package including percentage, mean, standard deviation and statistical hypothesis testing via ANOVA.

The results reveal that the majority of participants are male, aged between 26-35 years, educated in bachelor degree, occupational as staff in private companies, and earn averaged incomes at 20,001–30,000 baht. In addition, the factors influencing the decision making of the population to choose the hostels in Ladkrabang area include 7 factors arranged in descending order from the highest to the lowest importance respectively: 1) Human Factor regarding courteousness, politeness and cheerfulness of hostel staff; 2) Sale Factor regarding providing booking channels through hostels' websites; 3) Physical Environment Factor regarding hostels' serenity; 4) Process Factor regarding prompt services 5) Product Factor regarding hostels' cleanness; 6) Price Factor regarding clear price identifications; and 7) Promotion Factor regarding clear billboard advertisements. Furthermore, the entire findings show that people in different age, education, occupation and income also have diverse levels of satisfactions after their stays. This is consistent with the set hypothesis, and statistically significant at 0.05.

Keywords : Budget Hotel (Hostel)



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ เพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์ ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ลั่นทม จอนจวบทรง อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำตรวจสอบแก้ไข ชี้แจงข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สินรัตน์ และ อาจารย์ยอดดุษย์ นงภา ที่ได้ให้ความรู้ แนวคิดและแนวทางต่าง ๆ ซึ่งมีค่ายิ่งตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาอิสระครั้งนี้ รวมทั้งบุคลากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ อย่างดียิ่งในระหว่างการศึกษาอิสระครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเจ้าของธุรกิจโฮสเทลภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ และแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับธุรกิจโฮสเทล รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่กรุณาตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษา ทำให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ท้ายสุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการศึกษาแก่ผู้วิจัยมาตลอด และขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงอีกครั้ง สำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ณัฐสุรีย์ พรหมศิริ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ความพึงพอใจในการบริการ	6
2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	14
2.3 รูปแบบของที่พักรวมและโฮสเทล	20
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	27
2.5 สมมติฐานการวิจัย	28
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	29
3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	29
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย	33



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	44
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	77
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	78
5.3 อภิปรายผลการศึกษา	80
5.4 ข้อเสนอแนะ	82
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	88
ประวัติผู้เขียน	92

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล	36
3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในด้านผลิตภัณฑ์	37
4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านราคา	38
5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านการจัดจำหน่าย	39
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านการส่งเสริมการตลาด	40
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านบุคลากร	41
8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านกระบวนการ	42
9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	43
10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามเพศ ใช้วิธี T-Test	44
11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามอายุ ใช้วิธี F-Test	45
12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามอายุ รายคู่ด้วยวิธีการ LSD	46
13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามระดับการศึกษา ใช้วิธี F-Test	50



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามระดับการศึกษา รายคู่ด้วยวิธีการ LSD	51
15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามอาชีพ ใช้วิธี F-Test	60
16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามอาชีพ รายคู่ด้วยวิธีการ LSD	61
17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้วิธี F-Test	66
18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายคู่ด้วยวิธีการ LSD	67

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	รูปแบบส่วนประสมทางการตลาด 7P's	15
2	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	29





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจการบริการและอุตสาหกรรมบริการในรูปแบบที่พัก เป็นผลเกี่ยวเนื่องมาจาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า และสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก นอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการ ให้บริการการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจอื่นมากมาย เช่น ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีผลทำให้เกิดการลงทุนในด้าน ต่าง ๆ การจ้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียน ภายในประเทศนับแสนล้านบาท นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ระบุว่า จากสถิติ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก สร้างรายได้ 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัว 23.53% ถือว่ามีการเติบโตสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2557 มากถึง 2.7 แสนล้านบาท รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เมื่อกล่าวถึงกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ยอดนิยมและมีชื่อเสียงระดับโลก ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทั้งกลางวัน กลางคืน สามารถ ท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย หรือมากขึ้นเป็นครอบครัว มีร้านอาหาร สถานที่ซื้อสินค้าหลากหลาย รูปแบบ มีโรงแรมและที่พักไว้รองรับให้บริการแก่ผู้เข้ามาพักทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่อย่างไรก็ ตาม ธุรกิจการให้บริการที่พักมีรูปแบบห้องพักและบริการที่หลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะ นิยมเลือกที่พักประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ท (ร้อยละ 83.4) ขณะที่อีกส่วนหนึ่งจะเลือกที่พักประเภท เกสต์เฮาส์หรือโฮสเทล (ร้อยละ 12.2) บ้านเพื่อนหรือบ้านคนรู้จัก (ร้อยละ 7.5) เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (ร้อยละ 2.8) และบังกะโล (ร้อยละ 1.9) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ในปัจจุบันสถานการณ์ธุรกิจการให้บริการที่พักมีการแข่งขันรุนแรง โดยเฉพาะที่พักรูปแบบ อพาร์ทเมนท์ เนื่องจากในบางพื้นที่ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนท์เริ่มเผชิญกับปัญหาในเรื่องจำนวนห้อง เช่าที่มีจำนวนสูงกว่าความต้องการเช่า สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเกิดใหม่ของอพาร์ทเมนท์ที่เข้ามาสู่ ตลาดเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในช่วงที่ผ่านมา มีโครงการคอนโดมิเนียมเกิดใหม่เป็นจำนวนมาก ที่จูงใจให้ผู้เช่าหันมาซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และส่วนหนึ่งได้ถูกนำมาปล่อยเช่าในตลาด ทำให้ เกิดการแย่งชิงกลุ่มลูกค้าเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ประกอบการอาจประเมิน สถานการณ์ของตลาดในพื้นที่นั้น ๆ ในเชิงบวกมากเกินไป



จากสถานการณ์ข้างต้น ในบางปีผู้ประกอบการต้องเผชิญกับสถานการณ์ปริมาณที่อยู่อาศัย ล้นตลาด แต่ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นและสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถรองรับจำนวน ประชากรในรูปแบบนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการที่พักได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะการแข่งขันใน ด้านราคาที่พักที่มีการแข่งขันที่เข้มข้น เพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจและรักษาระดับผลกำไรของธุรกิจให้ เติบโตต่อไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) ระบุว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว เป็นยุคสมัยของการเดินทางที่เน้นการเดินทางแบบประหยัด มีแนวโน้มของการท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveling) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกล้าที่จะ ออกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น จากผลสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 13,000 คนจาก 25 ประเทศ พบว่ามีการท่องเที่ยวคนเดียว ร้อยละ 24 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2556 ในขณะที่ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว หรือกลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์ให้ความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 2 จากการ จัดลำดับของเว็บไซต์ [www.lifehack.org](http://www.lifehack.org) แนวโน้มกลุ่มนักท่องเที่ยวคนเดียวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ ธุรกิจโฮสเทลเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากร้อยละ 64 ของนักท่องเที่ยวคนเดียวนั้น เลือกใช้ บริการที่พักประเภทโฮสเทล ซึ่งมีเหตุผลหลักคือเรื่องราคา ความต้องการพบปะเพื่อนใหม่ และการ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกัน (ผลสำรวจของ Visa Global Travel Intentions Study. 2558)

โฮสเทลเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้งบลงทุนสูงและไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจ ประเภทโฮสเทลมีอิสระในการออกแบบรูปแบบของโฮสเทลได้ตามแนวโน้มความต้องการของ นักท่องเที่ยว โดยอาศัยความโดดเด่นและเอกลักษณ์ประจำตัวของที่พักเป็นจุดขายเพื่อที่จะดึงดูด นักท่องเที่ยว ในประเทศไทยมีจำนวนโฮสเทลมากกว่า 2,000 แห่ง และมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่าง รวดเร็วมากในช่วงปีที่ผ่านมา (ผู้จัดการออนไลน์. 2559) นอกจากนี้ยังมีประกาศกฎกระทรวงกำหนด ลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ในการประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2559 ตามพระราชบัญญัติควบคุม อาคาร พ.ศ. 2552 ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำอาคารเก่าอย่างตึกอพาร์ทเมนท์หรืออาคารตึกแถว มาพัฒนาการบริหารและปรับเปลี่ยนดัดแปลงรูปแบบให้เป็นที่พักประเภทโฮสเทลได้อย่างถูกกฎหมาย (กฎกระทรวงกำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม. 2559)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความประสงค์จะศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคา ประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาวิจัย มาก่อน ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในรูปแบบต่าง ๆ หรือแก่ผู้ที่สนใจ



ในธุรกิจที่พัก ประเภทโฮสเทลโดยเฉพาะ ได้นำแนวทางที่ศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้มีความสามารถในการรองรับแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกพักที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความพึงพอใจหลังเข้าพักอาศัยที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ เฉพาะผู้เข้าพักโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาที่ชื่อที่พัก ที่มีคำว่า “โฮสเทล” จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1. มิลาน แอร์พอร์ต โฮสเทล 2. การ์เด็น รুম โฮสเทล 3. อีท-ดิง โฮสเทล 4. วันเดอร์ลิส บางกอก โฮสเทล เนื่องจากไม่มีการจดทะเบียนพาณิชย์ที่ที่พักประเภทโฮสเทล ที่สำนักงานเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร (ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตลาดกระบัง. 2559)

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันผู้ศึกษาวิจัยไม่ทราบจำนวนแน่นอน คือ ผู้เข้าพักโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากสูตรคำนวณของคอคแรน (W.G.cochran. 1977) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) พิจารณาจากความสมัครใจของประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยขอความอนุเคราะห์ในการตอบสอบถามและรอเก็บแบบสอบถามทันที จำนวน 400 ชุด

## 2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

### 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

#### 2.1.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่



- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) ระดับการศึกษา
- (4) อาชีพ
- (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

## 2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน ดังนี้

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ด้านราคา
- (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- (5) ด้านบุคลากร
- (6) ด้านกระบวนการ
- (7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

## 3. ระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระยะเวลา เดือนสิงหาคม – เดือนพฤศจิกายน 2559

### 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจโฮสเทล หมายถึง กิจการที่ให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในราคาประหยัด และมีการแบ่งปันห้องพักรับกับผู้อื่น โดยมีราคาที่ไม่เกิน 450 บาทต่อคนต่อคืน มีเตียงนอนจำนวน 1-4 เตียงต่อห้อง มีห้องน้ำรวม และมีพื้นที่ส่วนกลางไว้สำหรับใช้บริการร่วมกัน ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ผู้เข้าพัก หมายถึง ลูกค้ายชาวไทยเข้าพักที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. นักท่องเที่ยว หมายถึง คนไทยที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่ ไปค้างคืนยังที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พักอาศัยอย่างน้อย 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำกิจกรรม ที่ไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างหรือค่าตอบแทน หรือการท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง มีความประหยัดในการท่องเที่ยว และการเลือกที่พักแรมราคาประหยัด ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกพักที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล เพื่อนำไปใช้พัฒนาการให้บริการโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจโฮสเทล เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้เข้าพัก ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ได้อย่างยั่งยืน





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ความพึงพอใจในการบริการ
- 2.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 2.3 รูปแบบของที่พักรวมและโฮสเทล
- 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.5 สมมติฐานการวิจัย

#### 2.1 ความพึงพอใจในการบริการ

##### 2.1.1 ความหมายและความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ พึงใจ ชอบใจ รัก เมื่อมนุษย์ขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวายแล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเองต้องการ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2542 : 775)

ความพึงพอใจหรือความพอใจ จะตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” มีความหมาย ตามพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาโดย แซปลิน (Chaplin. 1968 : 437 อ้างถึงใน วันชัย แก้วศิริโกมล. 2550 : 6) ให้คำจำกัดความว่า เป็นความรู้สึกของผู้รับบริการต่อสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

ความพึงพอใจจะเป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขต่อสภาพแวดล้อมในสภาพต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ (ฤกษ์มณี มณีเทศ. 2554 : 7)

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยความแตกต่างระหว่างความเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อสินค้าหรือบริการว่าต่ำกว่าความคาดหวังหรือไม่ มักจะส่งผลให้บุคคลนี้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับความเข้าใจของสินค้าหรือบริการมีความตรงกับความคาดหวังบุคคลจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้นมีระดับสูงมากกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) มักจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าต่อไป (วุฒิ สุขเจริญ. 255 : 135)



สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าว จะลดลง หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น ถ้าผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการ รวดเร็ว ทันเวลาต่อความต้องการ อย่างเสมอภาค ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

### 2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการที่ผ่านมาอย่างเต็มที่จนลูกค้าจะรู้สึกว่าคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ สำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ส่วนคุณภาพการบริการจะขึ้นกับพนักงาน โดยเปลี่ยนไปสถานการณ์ต่าง ๆ ลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้ (Omanukwue, 2011: 58 อ้างถึงใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555 : 103)

1. ผู้รับบริการมีความต้องการเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง และในแต่ละคนความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไป
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นจะผลจากความสามารรถ ความรู้ ความพร้อมทั้งในด้านอารมณ์และร่างกายในขณะที่ให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ
3. สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่าง เช่น อากาศ โต๊ะ เก้าอี้ แสงแดด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญกับผู้มาใช้บริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยทำให้การดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการนั้น จะเกี่ยวข้องกับเจ้าของกิจการ เพราะการให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น เจ้าของกิจการจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ นอกจากนั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้าแล้ว อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีในสถานที่นั้นด้วย



### 2.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555 : 128-129) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) หมายถึง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง เช่นเดียวกับคุณค่าในใจ ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกัน หากนักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือใช้บริการที่พัก สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ หากบริการที่ได้นำเสนอเป็นมาตรฐานที่กล่าวอ้างเสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้และเป็นการสร้างการรับรู้ จนกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้าในที่สุด เมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ในขณะที่ สิ่งที่ได้รับจริงจากประสบการณ์จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่เขาคาดหวัง หากสิ่งที่ได้รับเท่ากับสิ่งที่คาดหวังมักมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงจะเกิดขึ้น หากบริการที่ได้รับจริงเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ นักท่องเที่ยวจะเรียนรู้ถึงความประทับใจจากบริการ แต่ถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าระดับที่คาดหวังไว้ย่อมเกิดเป็นประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจต่อการบริการ

การเก็บรักษานักท่องเที่ยวไว้ (Tourist Retention) ทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจ จำเป็นที่จะต้องมีการให้บริการที่มีความคุ้มค่าแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง ในการเก็บรักษาลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวไว้ นั้น ต้องสร้างสิ่งที่เป็นประโยชน์หรือเป็นที่สนใจแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราโดยที่ไม่คิดจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการกับคู่แข่ง และลูกค้าที่จงรักภักดีต่อผู้ให้บริการหรือผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำนั้น ถือได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดที่สำคัญ หากเราสามารถรักษาและสร้างฐานลูกค้าประจำกับเราให้มีจำนวนมาก จะสามารถเพิ่มผลกำไรให้สูงขึ้นได้ เพราะลูกค้าประจำนั้นมีความคุ้นเคยกับผู้ให้บริการ จึงกล้าที่จะใช้บริการมากกว่าหรือกล้าที่จะใช้จ่ายมากกว่าลูกค้าใหม่ ลูกค้าประจำมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนของราคาร้อยกว่าลูกค้าใหม่ ลูกค้าประจำมีความคุ้นเคยกับขั้นตอนการให้บริการจึงเกิดต้นทุนในการให้บริการที่น้อยกว่าและลูกค้าประจำช่วยในการเผยแพร่ ภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นกระบอกเสียงที่มีความน่าเชื่อถือให้กับผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดรู้สึกความพึงพอใจ ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ความสะดวกในการขอรับบริการ ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ ความปลอดภัยของบริการที่มีให้ลูกค้า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการให้บริการลูกค้า ต้องให้บริการด้วยความเอาใจใส่ในงานของเจ้าหน้าที่ ความเสมอภาคของการให้บริการ การมีบุคลิกและมารยาทที่ดีในการบริการ ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ (ศุภลักษณ์ อัครางกูร. 2552 : 114)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความพอใจ ความชอบใจของบุคคลหนึ่งที่มีความคาดหวังต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น คาดหวังต่อสินค้าและบริการ เป็นต้น โดยไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ หากมีความรู้สึกในแง่บวก แล้วได้รับการตอบสนองเกินที่คาดหวังไว้ มักจะทำให้เกิด



ความพึงพอใจสูงตามไปด้วย แต่หากลูกค้าไม่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

#### 2.1.4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลต่อการเปรียบเทียบผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการกับการคาดหวังของลูกค้า ซึ่งระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ โดยผู้ให้บริการจะพยายามสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) ซึ่งคุณค่าที่จะเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ได้นั้น ผู้รับบริการต้องได้รับคุณค่าจากการบริการมากกว่าราคาสินค้าที่จ่ายไป นอกจากนี้ ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product competitive differentiation) หรือการบริการ จะเป็นการบริหารงานในด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการของธุรกิจให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้น ๆ จะต้องเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับผู้รับบริการ และยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด ประกอบไปด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดคุณค่าสำหรับลูกค้า (Total customer value) โดยเป็นผลรวมของผลประโยชน์ (Utility) จากการบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าของผลิตภัณฑ์จะพิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ประกอบไปด้วยความแตกต่างทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ (วุฒิ สุขเจริญ, 2555 : 124)

นอกจากนี้การให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้าและบริการ อาจส่งผลถึงภาพลักษณ์อันดีงามในสถานที่นั้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจจะมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะหากมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ มักจะทำให้มีผลต่อความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดเพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการ และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความสำคัญต่อผู้รับบริการ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (พวงผกา วรธนะปรกรณ์, 2556 : 18-19)

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวหลักต้นคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเสนอบริการที่เหมาะสม ทำให้สามารถแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ และผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้ด้วย ในการดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ ย่อมจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี



ตามไปด้วย เพราะการบริการหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวก และแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน จะช่วยให้พัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ ซึ่งงานบริการเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิต และการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า ความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและ ความก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้น ๆ เป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยการประเมินผลความพึงพอใจในการให้บริการจะเป็นลักษณะการสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ (Campos and Marodin, 2012 : 81 อ้างถึงใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555 : 122-125)

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง การบริหารจัดการในงานบริการที่ว่าคนทุกคนจะได้รับสิทธิ์ที่เท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้รับบริการทุกคนจะได้รับ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกันในทุกๆแง่มุม โดยจะไม่มี การแบ่งแยกกีดกันในด้านการให้บริการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้รับบริการ จะได้รับการปฏิบัติจากการใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการที่จะต้องมี ความตรงต่อเวลา และทันต่อความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งในความไม่ตรงต่อเวลาจะเป็น การสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ผลการปฏิบัติงานก็ จะไม่เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายของธุรกิจ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมี สถานที่ให้บริการอย่างพอดีเหมาะสมเพียงพอ มีการจัดการมลพิษทางเสียงในส่วนที่ไม่ดีออกไป โดยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการที่ทันสมัย ให้บริการด้วยความยุติธรรมแก่ผู้รับบริการ และอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้จะต้องมีความพร้อมต่อการใช้งาน

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง ความสม่ำเสมอของการให้บริการ โดยจะยึดประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานหรือธุรกิจที่ให้บริการเพียงอย่างเดียว



5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่ จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพและติดตามผลการปฏิบัติงานตลอดเวลา กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่ม ประสิทธิภาพและความสามารถที่จะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ จะแบ่งออกได้เป็น 5 ประการ ดังนี้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2553 : 156-158)

1. คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นความคาดหวังของลูกค้าในขั้นพื้นฐาน ที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้ ซึ่งในการวัดคุณภาพการบริการจะวัดจาก สิ่งที่มีมองเห็นได้ในการบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การรับประกัน (Assurance) การตอบสนอง (Responsiveness) และการเอาใจใส่ (Empathy) ลูกค้าคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้อง ได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวังลูกค้าจะเข้าไปหาคู่แข่งชั้นทันที หากคุณภาพของบริการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ ลูกค้าคาดหวังไว้

2. ราคา (Price) ราคาสินค้าและบริการเป็นเกณฑ์สำคัญที่สุดที่ลูกค้าใช้เป็นเกณฑ์ใน การกำหนดคุณภาพของบริการ ลูกค้ามักจะคาดหวังว่าเงินที่จ่ายไปจะต้องได้รับคุณภาพที่เหมาะสม หากเปรียบเทียบคุณค่าของสินค้าและการบริการที่ผู้รับบริการได้รับว่าเหมาะสมกับราคา ก็จะส่งผลให้ เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่คิดว่าเหมาะสมกับมูลค่าเงินจ่ายไป ก็จะทำให้เกิด ความไม่พึงพอใจได้ โดยเฉพาะเมื่อมีคู่แข่งชั้นที่ให้การบริการรูปแบบเดียวกันมาให้เปรียบเทียบ ในการ ตั้งราคาสินค้า จึงควรที่จะพิจารณาถึงความเหมาะสมของคุณภาพของการบริการเทียบกับราคาสินค้า ความคาดหวังของลูกค้า และการแข่งขันของคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมเดียวกันด้วย

3. สถานการณ์แวดล้อม (Environment) สิ่งที่ส่งผลต่อความนึกคิดและความรู้สึกใน การตัดสินใจของลูกค้าทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจสังคมที่ ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ข่าวสารผู้บริโภค การให้บริการของผู้ให้บริการ การบอกต่อถึงข้อดีข้อเสียของ ลูกค้ารายอื่นๆ คู่แข่งชั้นที่เข้ามารายใหม่ ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของคู่แข่งชั้นใน อุตสาหกรรมเดียวกัน

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ความเข้าใจและทัศนคติต่อการบริการของ ลูกค้า และอารมณ์ของลูกค้าในขณะที่รับบริการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึก ที่ผิดเพี้ยนไปในการประเมินคุณภาพการบริการ และยังส่งผลไปยังการประเมินคุณภาพการให้บริการ ที่ต่ำกว่าความเป็นจริงได้อีกด้วย

5. คุณภาพสินค้า (Goods Quality) สิ่งที่สามารถช่วยให้การบริการมีคุณภาพมากขึ้น ก็คือ สินค้าสามารถใช้ควบคู่กับการบริการ จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่มีคุณภาพ และลูกค้าพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีที่สุดควบคู่ไปกับการให้บริการ ซึ่งการบริการก็จำเป็นที่จะต้องมียอดสินค้า ที่มีมาตรฐานที่ดีมาใช้ควบคู่กัน ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาเลือกใช้แต่สินค้า



ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ไม่นำสินค้าที่ไม่มีคุณภาพหรือของหมดสภาพการใช้งานมาขายให้กับลูกค้า เพราะหากลูกค้าทราบ จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ไม่กลับมาใช้บริการอีก และยังบอกต่อถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีของธุรกิจนั้น ๆ อีกด้วย

ความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้น หากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของส่วนบุคคลส่วนที่เกี่ยวกับอารมณ์ ที่มีมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ประกอบไปกับระดับความรู้สึกจากในอดีตของผู้มารับบริการของแต่ละบุคคล

ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาดกลาง ในโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อโรงแรม 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มแก่ลูกค้า จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศชายและหญิงอายุ 41-50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีสถานภาพสมรสจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 เมื่อศึกษาความต้องการในด้านต่าง ๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในด้านต่างๆ ในโรงแรมระดับ 3 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการบริการซักรีด/ ซักแห้ง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมาที่จอดรถอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และมีห้องฟิตเนสอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีความสัมพันธ์กับความสวยงามของโรงแรม มีที่จอดรถเพียงพอ มีการให้บริการที่ประทับใจ มีบริการซักรีด/ ซักแห้ง และมีฟิตเนส สอดคล้องกับชลธิณี อยู่คง (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เข้าพักอาศัยโรงแรมทั้ง 4 แห่งในส่วนอำเภอเมือง จังหวัดระนอง เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท ถัดมาได้แก่ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ โดยมีรายได้ 10,001-15,000 บาท



ต่อเดือน และรายได้ในช่วง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรมทีนิตี ระนอง รองลงมา โรงแรมระนองการ์เด้น โรงแรมจันทร์สมฮอเทลปา และโรงแรมระนองไอเฟลอินน์ ตามลำดับ วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการใช้บริการโรงแรม คือ มาประชุมและพักผ่อน ติดต่อธุรกิจ ตามลำดับ จำนวนคืนที่เข้าพักโรงแรมส่วนใหญ่ใช้เวลาในการพักจำนวน 1 คืน และ 2 คืน 3 คืน มากกว่า 3 คืน ตามลำดับ 2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจด้านพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ โดยโรงแรมมีจำนวนห้องพักที่เหมาะสม มีการออกแบบตกแต่งโรงแรมได้อย่างสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ตามลำดับ และความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ โรงแรมจะมีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี 3. นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจด้านราคาที่พักในระดับมาก และโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม และมีความเหมาะสมของราคาห้องพักตามลำดับ 4. นักท่องเที่ยวมีความพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการจองห้องพักโดยตรงกับทางโรงแรม และการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ 5. นักท่องเที่ยวมีความพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาดในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการโฆษณาโรงแรมผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร แผ่นพับ เว็บไซต์ ฯลฯ การประชาสัมพันธ์โรงแรมร่วมกับหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ตามลำดับ 6. ส่วนด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการโรงแรมดังกล่าวในครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่กลับมาใช้บริการจะมีความเห็นว่าเป็นใจและไม่กลับมาใช้บริการ ตามลำดับ

กฤตคนพิชญ์ บุญช่วย (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และได้เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ระหว่างเพศและอายุ ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานครโดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบ t-test และ ANOVA ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.8 มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีรายได้ 20,000-50,000 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ด้านพฤติกรรม การเลือกใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ นิตยสารและวารสาร นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียจะเคยเดินทางมาเมืองไทยเป็นครั้งแรก มีความคิดเห็นต่อการให้บริการเป็นไปตามความคาดหวังในระดับปานกลาง จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ใน



เขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 1. คุณภาพในการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก 2. ด้านคุณภาพของห้องพักอยู่ในระดับมาก 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักอยู่ในระดับมาก 4. ด้านการให้บริการทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก 5. ด้านความคุ้มค่าของเงินอยู่ในระดับมาก 6. ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก 7. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่อยู่ภายในโรงแรมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียระหว่างเพศและอายุ พบว่าระหว่างอายุ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระหว่างเพศ พบว่า มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พัก ผลการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในด้านความสวยงามของสถานที่พัก ความประทับใจจากผู้ให้บริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน เช่น ฟิตเนส มีบริการรับซัก/รีด มีสถานที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เพราะฉะนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการให้บริการของที่พักทั้ง 3 ปัจจัยข้างต้นนั้น จะมีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ดังนี้ ด้านความพึงพอใจในเรื่องความสวยงามของสถานที่พัก และความพึงพอใจด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวก จะมีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งในส่วนของความประทับใจจากผู้ให้บริการที่พัก จะสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านบุคลากร (People) ผู้วิจัยมีความสนใจจะนำ 3 ปัจจัยดังกล่าว นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 2.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

### 2.2.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ในธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจึงจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป

สภาพแวดล้อมในปัจจุบันมีผลทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มักทำให้พฤติกรรมการณ์การซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ในขณะที่ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible



Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจึงจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับจับคู่ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2553 : 28)

### 2.2.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

นักปรัชญาของการบริหารการตลาด Kotler & Keller (Kotler, P.& Keller, K.L. 2012 อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์. 2557 : 231) ได้กล่าวว่า ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงความต้องการของตลาดเป้าหมาย และต้องมีประสิทธิผลเหนือกว่าคู่แข่งชั้น ประกอบด้วย (1) จุดเริ่มต้นของการศึกษาการตลาด คือ การศึกษาถึงความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความต้องการซื้อ (Demands) ของลูกค้า (2) การนำเสนอทางการตลาด (Marketing offers) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงส่วนประสมทางการตลาด 4P's เมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไปมีผลทำให้ธุรกิจ จะต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงควรเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดเข้าไปอีก 3 ด้าน กลายเป็นส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ดังแผนภูมิที่ 1

แผนภูมิที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด 7P's



ที่มา: (Kotler & Keller. 2012 : 22 อ้างถึงใน พยัต วุฒิรงค์. 2557 : 231)



จากแผนภูมิที่ 1 จะเห็นว่า รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดมีความเชื่อมโยงโดยมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจถือเป็นกลยุทธ์ส่วนหนึ่งทางการตลาด (Marketing Strategies) ด้านตลาดบริการนั้น นอกจากส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าทั่วไป ที่ประกอบไปด้วย 4Ps นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่ง (Kotler & Keller. 2012 : 22 อ้างถึงใน พยัต วุฒิมรงค์. 2557 : 231) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังมีส่วนประกอบเพิ่มมาอีก 3 ส่วน คือ ส่วนบุคลากร (People) ส่วนกระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เรียกว่า 7Ps เป็นลักษณะส่วนประสมด้านการจัดการการตลาดบริการ โดยแต่ละปัจจัยเป็นตัวแปรที่สำคัญในการจัดการการตลาดเชิงบูรณาการของธุรกิจบริการ มีดังนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์/สินค้า (Product) เป็นสิ่งใช้ในการสนับสนุนการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า อาจเป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นการให้บริการด้วยตัวบุคคล สถานที่ หน่วยงานในรูปแบบบริษัท ซึ่งบริการดังกล่าวจะต้องส่งมอบคุณประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เช่น ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่สามารถจับต้องได้ มีความทนทานต่อการใช้งานและใช้ประโยชน์ สินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ นั้นคือ การบริการ (Services) ซึ่งผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีการผสมผสานระหว่างสินค้าที่จับต้องได้กับสินค้าที่จับต้องไม่ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าจากธุรกิจ ลูกค้าย่อมคาดหวังหรือมีความต้องการบริการจากธุรกิจด้วย

2. ราคา (Price) เป็นคุณค่าที่ประเมินค่าออกมาเป็นค่าของเงิน มีผลทำให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจซื้อโดยจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ดังนั้นการจัดการกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value) ว่าลูกค้ายอมรับความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของสินค้ากับราคาที่กำหนดขึ้นมาหรือไม่ เช่น ที่พักหรือโรงแรม กำหนดราคาห้องพักเป็นมาตรฐาน ความหลากหลายของราคาที่ที่พักหรือโรงแรม ราคาส่วนลดพิเศษต่าง ๆ สำหรับสมาชิกที่ที่พักหรือโรงแรม

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทางการตลาดเป็นกลุ่มคนหรือองค์กรธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้าหรือส่งสินค้า ไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นหน่วยงานภายนอกที่ช่วยดำเนินการให้บริการวัตถุประสงค์ของการจัดจำหน่าย การส่งมอบเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการนำสินค้าและบริการไปให้ใกล้ลูกค้ามากที่สุด ให้สามารถซื้อสินค้าได้สะดวกที่สุด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยผ่านคนกลาง ผู้แทน การให้บริการด้านข้อมูล (Information - Based Services) สามารถส่งมอบผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Channel) กลยุทธ์สำคัญซึ่งต้องคำนึงถึงคือความรวดเร็ว ความสะดวกในการให้บริการ เช่น ที่พักหรือโรงแรมกำหนดให้มีการชำระเงินผ่านโทรศัพท์ ชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์



4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขายที่หวังผลระยะสั้น เพื่อกระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการขายสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การส่งเสริมทางด้านผู้บริโภค การส่งเสริมทางด้านผู้จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายผ่านทางพนักงาน เป็นต้น การเลือกใช้วิธีไหนขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ว่าต้องการตอบสนองในลักษณะใด เนื่องจากการติดต่อสื่อสาร เพราะการส่งเสริมการขายจะกระตุ้นความสนใจและผลักดันให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น และเป็นการให้สิ่งจูงใจ คือ เป็นการกระตุ้น แนะนำ หรือเสนอแนะถึงคุณค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อซื้อสินค้า เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น จากการโฆษณา การเผยแพร่ข่าวและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ เป็นต้น การโฆษณาเป็นกิจกรรมหนึ่งของการส่งเสริมการขาย ซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อมีเป้าหมายเพื่อการสื่อความเพื่อการขาย เพื่อแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เพื่อการจูงใจ และเพื่อการเตือนความจำ การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการขายโดยการใช้พนักงาน กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขายนั้นทำเพื่อพิจารณากระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค หรือเพิ่มยอดขาย

5. บุคลากร (People) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันหรือปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ทั้งทางตรงและทางอ้อม ลูกค้ามักจะประเมินคุณภาพของบริการจากพนักงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น พนักงานจะต้องมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดี สามารถชี้แจงในการแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าเข้าใจ ดังนั้น ธุรกิจการให้บริการจึงต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคัดเลือก การฝึกอบรมพนักงาน รวมถึงการสร้างสิ่งจูงใจเพื่อให้พนักงานมีบริการที่ดี เช่น ที่พักหรือโรงแรมกำหนดให้มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ มีความสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ อธิษาศัยดี และพนักงานให้ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเข้าพักหรือโรงแรมด้วยความชำนาญ

6. กระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการหรือวิธีการลำดับขั้นตอนในการให้บริการ ต้องมีการออกแบบกระบวนการให้มีประสิทธิภาพสนองตอบความต้องการของลูกค้า เช่น มีการตรวจเช็คตามระยะเวลารับประกันสินค้า ความสะดวกในการเปลี่ยนอะไหล่หรือเปลี่ยนอุปกรณ์เสริม มีผลทำให้พนักงานบริการส่วนหน้า (Front-line staff) บริการได้ดีขึ้น เพราะจะลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนลงและทำให้การส่งมอบบริการทำได้รวดเร็ว และลดความผิดพลาดในการบริการ เช่น ที่พักหรือโรงแรมมีความรวดเร็วในการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์

7. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่มองเห็นได้ด้วยสายตา ได้แก่ อาคาร สถานที่ที่มีความสะอาดเรียบร้อย อากาศถ่ายเทสะดวก การตกแต่งภายใน ภายนอก สถานที่ ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทันสมัย ธุรกิจบริการหรือบริการหลังการขายจะต้องระมัดระวังในเรื่องการจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เพราะว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการประเมินคุณภาพของ



การบริการก่อนตัดสินใจซื้อหรือมาใช้บริการ เช่น ที่พักหรือโรงแรมมีการตกแต่ง/บรรยากาศบริเวณโดยรอบสวยงามและทันสมัย จำนวนที่นั่งรอเพียงพอ ความสะอาดของที่พักหรือโรงแรม

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด จากเดิมที่เป็น Marketing mix 4P'S เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการซื้อขายสินค้าหรือใช้บริการ จึงได้ขยายเป็น 7 P's ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์/สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จึงมีผลทำให้เกิดความเชื่อมโยงมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจถือเป็นกลยุทธ์ส่วนหนึ่งทางการตลาด ซึ่งหากทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้ครบทั้ง 7 ด้าน ธุรกิจก็จะสามารถบริหารจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องทิศทาง ทำให้ได้เปรียบกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต (2552 : 35) กล่าวว่า ในการทำงานทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นตลาดสินค้าหรือตลาดบริการชนิดใดชนิดหนึ่งก็ตาม ย่อมจะต้องมีวิธีการในการบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่ได้วางไว้ โดยมีการใช้เครื่องมือต่างๆ มาเป็นกลยุทธ์เพื่อให้เข้าใกล้สู่เป้าหมายตามความต้องการในแผนการตลาดของบริษัทโดยทั่วไป เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมายที่ได้วางแผนไว้ กล่าวคือ ส่วนประสมทางการตลาดนั้นจะประกอบไปด้วย 4 Ps ซึ่ง P ตัวที่ 1 คือ ตัว ผลิตภัณฑ์ (Product) ส่วน P ตัวที่ 2 คือ ราคา (Price) ส่วน P ตัวที่ 3 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ส่วน P ตัวที่ 4 คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ในการบริหารงานด้านตลาดบริการนั้น มักจะเพิ่มเครื่องมือเข้าไปอีก 3 Ps โดยจะรวมเป็นทั้งหมด 7 Ps ซึ่ง P ตัวที่ 5 คือ บุคลากรให้บริการ (People) ส่วน P ตัวที่ 6 คือ กระบวนการให้บริการ (Process) และ P ตัวที่ 7 คือสภาพแวดล้อมการให้บริการ (Physical Evidence) โดยการบริหารงานด้านบริการควรจะต้องนำเอาทุก P ที่กล่าวมานี้ทำการปรับแต่งกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาดบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

จิตมณี นิธิปรีชา (2558) ได้ทำการศึกษาโครงการจัดตั้งธุรกิจกรีน แคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และศึกษาการตัดสินใจในการใช้บริการโฮสเทล โดยโครงการนี้ได้วิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงปริมาณ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพสมรสโสด ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 1,000 – 1,499 USD ต่อเดือน และมีภูมิลำเนาที่ South East Asia โดยมีประสบการณ์การเข้าพักโฮสเทล 1-2 ครั้ง มีสมาชิกร่วมเดินทางด้วย 2 คน ระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน รูปแบบห้องพักจะเลือกพักแบบห้องพักรวม ลักษณะห้องพักที่เลือกใช้บริการจะมีลักษณะแบ่งสัดส่วนเป็นห้อง ไม่เคยเข้าใช้บริการอาหารเช้าของทางโรงแรม นิยมจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ [www.agoda.com](http://www.agoda.com) ชำระเงินทางบัตรเครดิต และเหตุผลในการเลือกห้องพัก คือ ราคา ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จะมีผลในเรื่องความ



สะอาดของห้องพัก ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการ ส่วนการตัดสินใจในการใช้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เรื่องความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก

อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านที่พักและการบริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับสูง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์พักแรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะกายภาพมีความสัมพันธ์

จากงานวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่าส่วนประสมการตลาดทั้งหมดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการที่พักมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความสะอาดของที่พัก ซึ่งผู้วิจัยจึงนำแนวคิดของ (Kotler & Keller. 2012 : 22 อ้างถึงใน พยัค วุฒิรงค์. 2557 : 231) มาสร้างเป็นตัวแปรในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พัก ราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจะประกอบไปด้วย ปัจจัยทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เนื่องจากครอบคลุมทุกขั้นตอน

### 2.3 รูปแบบของที่พักแรมและโฮสเทล

ในปัจจุบันการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องติดต่อธุรกิจโยงโยกันทั่วโลก และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบการขนส่ง จึงทำให้การเดินทางกระทำได้รวดเร็ว ปลอดภัย สะดวกสบายมากขึ้นกว่าเดิม การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นเกิดการขยายตัวขึ้นอย่างมาก ซึ่งระบบธุรกิจในปัจจุบันมีวันหยุดมากขึ้น และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดการสร้างที่พักแรมหลายประเภท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งหลากหลายไปตามความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของที่พักแรมกับการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว จะส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางด้านที่พักแรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักเดินทางซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน



### 2.3.1 ความหมายของที่พักรวม

พระราชบัญญัติ โรงแรม ปีพ.ศ. 2547 มาตรา 4 กำหนดไว้ว่า “โรงแรม” หมายถึง สถานที่ค้างแรมที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว หรือสำหรับบุคคลอื่นใด ที่ต้องการพักรวม โดยที่จะมีการคิดค่าให้บริการตอบแทน ทั้งนี้จะไม่รวมถึง

1. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการชั่วคราว โดยรายได้หรือผลกำไรที่ได้มาไม่ได้แบ่งปันกันกับหุ้นส่วน โดยอาจเป็นการดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอื่นของรัฐ องค์กรมหาชน หรือเพื่อการศึกษา หรือการกุศลต่าง ๆ
2. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น จะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยชั่วคราวเท่านั้น โดยจะไม่รวมถึงการคิดค่าบริการเหมารวมเป็นรายเดือน
3. สถานที่พักอื่นใด ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ตามกฎหมายของอังกฤษ โรงแรมจะต้องมีบริการทั้งด้านอาหารเครื่องดื่มและที่พักให้แก่ผู้เช่า โดยจะต้องรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของผู้ใช้บริการที่มาพักอาศัย ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามข้อบังคับด้านสาธารณสุขและมาตรการด้านความปลอดภัย ตลอดจนถึงมาตรฐานสูงพอด้านความสะอาดและสุขอนามัยด้วย

ในระยะ 10-20 ปีที่ผ่านมา กิจการโรงแรมและห้องอาหารมีอัตราการเติบโตสูงมากและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เฉพาะในประเทศไทย แต่เป็นปรากฏการณ์ทั่วโลก ทำให้มีความต้องการคนทำงานที่ได้รับการอบรมและผ่านงานมาจนวนมากและตลอดเวลา คนที่มีลักษณะเหมาะกับงานโรงแรมจึงมีโอกาสมหาศาลในด้านงาน ในประเทศอังกฤษประเทศเดียว มีคนทำงานในกิจการโรงแรมและร้านอาหารในปัจจุบัน รวมถึงประเทศด้วย การท่องเที่ยวได้กลายเป็นสินค้าสำคัญที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศในอันดับต้น ๆ ไปแล้ว (Bhatia. 1983 : 240)

ฉันทิช วรรณอม (2552 : 233) ได้ให้ความหมายของโรงแรมไว้ว่า หมายถึง สถานที่สำหรับนักเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวที่มาพัก และมีบริการหลายรูปแบบแก่ผู้มาพักขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น อาหารและเครื่องดื่ม จัดประชุม จัดเลี้ยง สระว่ายน้ำ สถานที่ออกกำลังกาย เล่นกีฬา และมีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

### 2.3.2 ความเป็นมาของที่พักรวม

การเดินทางหรือการท่องเที่ยว สิ่งที่เราขาดไม่ได้ก็คือ ที่พัก (Accommodations) ธุรกิจที่พักมีความเป็นมาและวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมาก ซึ่งเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกสบายในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยว ในการบริการอย่างอบอุ่นแบบคนไทยเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลได้สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยได้จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ภาคเอกชนขยายการลงทุนในธุรกิจที่พัก



มากขึ้น ตลาดผู้เข้าพักหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นการเปิดโอกาสให้มีการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์งานโรงแรมตามแบบแผนสากล ทำให้คนไทยได้เรียนรู้การบริหารงานแบบมาตรฐานสากล และมีการพัฒนาเรื่อยๆ ในระยะต่อมา

ในปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย การส่งเสริมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนเกิดปัญหาขาดแคลนห้องพัก โดยเฉพาะในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงทำให้มีผู้มาลงทุนในธุรกิจโรงแรมมากขึ้น ทั้งการเพิ่มการลงทุนสร้างโรงแรมใหม่ และการปรับปรุงขยายจำนวนห้องพัก เครือข่ายโรงแรมไทยหลายกลุ่มเติบโตมาก จนสามารถขยายออกไปสู่ต่างประเทศได้สำเร็จ

วิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว การลงทุนในกิจการที่พักได้ชะลอลงไปมาก

ในปี พ.ศ. 2549 เปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้เกิดการไหลเข้าของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจให้บริการที่พักในระยะยาว

ปัจจุบันการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และการท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องติดต่อธุรกิจโยงโยกันทั่วโลก และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการขนส่ง จึงทำให้การเดินทางกระทำได้รวดเร็ว ปลอดภัย สะดวกสบายมากขึ้นกว่าเดิม การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาของระบบการขนส่ง ระบบธุรกิจในปัจจุบัน มีวันหยุดมากขึ้น และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เหตุผลดังกล่าว จึงได้เกิดการสร้างที่พักแรมหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไปตามความสัมพันธ์ระหว่างที่ประเภทของที่พักแรมกับการเดินทาง โดยเฉพาะการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบที่สำคัญทำให้ธุรกิจการโรงแรมขยายตัว คือ การขยายตัวทางเศรษฐกิจกับความเข้มแข็งทางการเมืองและความก้าวหน้าในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการขนส่งทั้งทางน้ำและทางบก สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว และส่งผลในธุรกิจโรงแรมได้พัฒนามากยิ่งขึ้น หลังจากที่ได้มีการพัฒนาการขนส่งทางอากาศมีความปลอดภัยในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า จึงทำให้มีบทบาทที่สำคัญในการเดินทางระหว่างประเทศ หรือการเดินทางระยะไกล การขนส่งผู้โดยสารที่ปลอดภัย รวดเร็ว สะดวกสบาย และการพัฒนาเทคโนโลยีของระบบการขนส่งทางอากาศให้เจริญก้าวหน้าขึ้น และส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางด้านที่พักแรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของนักเดินทางซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2555 : 12-21)

### 2.3.3 การแบ่งประเภทที่พักแรม

สำหรับโรงแรมในประเทศไทย มี 3 แบบหลัก ๆ ดังนี้



1. โฮเทล (Hotel) คือ ที่พักอาศัยค้างแรมที่มีการบริการที่ครบครัน มีการตกแต่งอย่างหรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ร้านอาหาร ห้องน้ำ มีความเป็นส่วนตัวสูง ราคาเข้าพักมีหลากหลาย ส่วนมากจะตั้งอยู่ใจกลางเมืองติดถนนใหญ่ เดินทางสะดวก

2. โมเต็ล (Motel) มาจากคำว่า Motor + Hotel แต่เดิมเกิดขึ้นจากในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นที่พักระหว่างทางของนักเดินทาง ที่ต้องขับระยะไกล โดยแขกจะเข้าพักเป็นระยะเวลาสั้น ๆ หรือเพียงข้ามคืน ส่วนใหญ่มักอยู่ริมทางหลวง แต่ในประเทศไทยอาจหมายถึงโรงแรมระดับ 3 ดาว ราคาประหยัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และมีอาหารเข้าบริการ

3. เกสต์เฮาส์ (Guest house) หรือ โฮมสเตย์ (Homestay) คือที่พักที่พักร่วมกับเจ้าของบ้านโดยเจ้าของบ้านจะแบ่งพื้นที่ในบ้านบางส่วนมาทำเป็นห้องให้แขกเข้าพัก ส่วนมากมักตั้งอยู่ตามชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น อัมพวา เชียงคาน เป็นต้น มีราคาย่อมเยา เน้นการบริการเป็นกันเอง

ที่พักแรม หรือเรียกว่า โรงแรม เป็นลักษณะที่เป็นที่พักที่เปิดให้คนเข้าไปเข้าพักเป็นการชั่วคราวแล้วก็มีอยู่หลายประเภทด้วยกัน ตั้งแต่แบบเกสต์เฮาส์ (Guest house) โรงแรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ โรงแรมสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ (motel) และโรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport hotel) เป็นต้น ซึ่งประเภทของแขกที่มาพักทำให้ลักษณะและบรรยากาศของแต่ละโรงแรมแตกต่างกันออกไป เช่น บางโรงแรมจะมีลักษณะคล้ายบ้านพักเพราะมีแขกจำนวนมากใช้เป็นที่พักอาศัยเหมือน ๆ กัน ในขณะที่บางโรงแรมอาจจะดูเป็นโรงแรมธุรกิจเพราะมีแขกจะเป็นนักธุรกิจมาใช้บริการตลอดเวลา ถ้าเป็นโรงแรมแบบรีสอร์ท (resort hotel) โดยปกติแขกจะเป็นนักท่องเที่ยว และมาพักเฉพาะในฤดูท่องเที่ยว แต่ทุกวันนี้โรงแรมประเภทนี้หลายแห่งก็จัดให้มีบริการด้านการประชุม ลูกค้ายิ่งจะเป็นชาวต่างประเทศทั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และ/หรือมาติดต่อธุรกิจ และการแบ่งประเภทของโรงแรมตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดดังกล่าวจะสามารถแบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้ดังนี้

#### 1. โรงแรมประเภทธุรกิจ (Commercial Hotels)

โรงแรมประเภทธุรกิจโดยทั่วไปจะตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือเขตที่มีร้านค้า/บริษัทธุรกิจตั้งอยู่หนาแน่น ซึ่งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อกิจการของลูกค้า นักธุรกิจ โรงแรมประเภทนี้มีจำนวนโรงแรมมากกว่าประเภทอื่น ๆ และมุ่งเน้นขายห้องพักแก่นักธุรกิจเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มประชุมสัมมนา ในสมัยก่อนโรงแรมประเภทธุรกิจนี้ถือว่าเป็นโรงแรมประเภทพักรั่ว หรือ Transient hotels เพราะระยะเวลาพักของลูกค้า (length of guest stays) จะสั้นกว่าในโรงแรมประเภทอื่น โดยส่วนใหญ่จะมีหนังสือพิมพ์ให้ฟรี เสริฟกาแฟในตอนเช้า มีโทรศัพท์ โทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี วีดีโอ บริการให้เช่ารถ บริการรับ-ส่ง มีห้องประชุม บริการห้องพักแบบห้องชุด รับบริการจัดงานเลี้ยง และบางโรงแรมอาจมีศูนย์สุขภาพ ห้องอาบน้ำแบบชาวน่า ฯลฯ



## 2. โรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotels)

ตั้งอยู่ใกล้กับท่าอากาศยาน โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาพักจะเป็นนักธุรกิจ ผู้โดยสารเครื่องบินที่จำเป็นต้องพักค้างคืนเพราะมีการยกเลิกเที่ยวบิน หรือเครื่องบินมีปัญหาขัดข้องต้องเลื่อนกำหนดออก หรือผู้โดยสารที่จำเป็นต้องพักรอเพื่อต่อเที่ยวบินอื่นตลอดจนเจ้าหน้าที่สายการบินต่าง ๆ โรงแรมประเภทนี้จะมีรถบริการรับ-ส่งระหว่างสนามบินกับโรงแรมและส่วนใหญ่จะมีห้องประชุมไว้เพื่อบริการแก่ลูกค้าที่เดินทางมาประชุม แต่ไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางเข้าเมือง ซึ่งจะประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลา

## 3. โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite Hotels)

นับว่าเป็นโรงแรมประเภทที่เพิ่งได้รับการพัฒนาซึ่งมาล่าสุดและกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โรงแรมประเภทนี้จะมีห้องพักที่เป็นห้องชุดล้วน ๆ คือ เป็นห้องพักที่มีห้องรับแขกแยกออกจากห้องนอน บางแห่งก็อาจจะมีห้องครัวเล็ก ๆ ให้ โดยมีตู้เย็นและเครื่องต้มต่าง ๆ จัดให้พร้อมอยู่ในห้องพักนั่นเอง การที่ให้พื้นที่ใช้สอยภายในห้องพักแขกมากขึ้น ทำพื้นที่ที่แขกใช้ร่วมกันภายในโรงแรมน้อยลงกว่าปกติ ในขณะที่ โรงแรมประเภทนี้ได้รับความนิยมจากแขกหลายกลุ่ม กลุ่มหนึ่งคือลูกค้าที่กำลังเปลี่ยนที่อยู่ ซึ่งใช้โรงแรมเป็นที่พักชั่วคราว ส่วนกลุ่มคนที่ต้องเดินทางบ่อย ๆ ก็ชอบโรงแรมประเภทนี้เพราะให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ส่วนที่มาพักผ่อนก็ชอบเพราะเห็นว่ามีความเป็นส่วนตัวและก็สะดวกดี ส่วนคนทำงานที่เป็นนักบัญชี ทนายความ หรือนักบริหารก็ชอบโรงแรมประเภทนี้ตรงที่มีห้องรับแขกอยู่ใกล้ห้องนอน ซึ่งเขาจะใช้เป็นที่ทำงานหรือรักแขกก็ได้ บางโรงแรมถึงกับให้บริการอาหารเช้าหรือเครื่องดื่มฟรีในการเลี้ยงรับรองแขกด้วย ซึ่งการที่ได้มีโอกาสพบปะผู้คนบ้างก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแขกที่พักอยู่นาน ๆ

## 4. โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential Hotels)

ได้แก่ โรงแรมประเภทที่ให้เช่าพักช่วงยาวแก่แขกที่ส่วนใหญ่มาพักคนเดียวโดยมีบริการต่าง ๆ ที่ค่อนข้างจำกัดกว่าโรงแรมทั่ว ๆ ไป โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ในระยะหลังนี้ได้รับความนิยมลดลง เนื่องจากมีที่พักประเภทคอนโดมิเนียมและโรงแรมแบบห้องชุดเข้ามาแทนที่ โดยห้องพักของโรงแรมประเภทนี้จะมีลักษณะใกล้เคียงกับโรงแรมประเภท suite hotels มากทีเดียว และในทางปฏิบัติโรงแรมประเภทนี้ก็ยื่นรับแขกที่พักช่วงสั้นด้วยเช่นกัน

## 5. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels)

เป็นที่พักที่เหมาะสมกับบุคคลที่ต้องการใช้เวลาช่วงวันหยุดยาวพักผ่อนประจำปี หรือต้องการที่จะพักผ่อนในระยะเวลาหนึ่ง ส่วนใหญ่จะเลือกที่พักโรงแรมประเภท resort hotels โดยจะตั้งอยู่ใกล้ภูเขา บนเกาะใดเกาะหนึ่ง เป็นทำเลที่อยู่ห่างไกลชุมชน มีความสงบ และมีทิวทัศน์สวยงาม ผู้เข้าพักจะได้รับการบริการต่างๆ ของโรงแรม โดยจะเน้นไปที่กิจกรรมในด้านบันเทิงมากเป็นพิเศษ



อย่างเช่น จัดให้มีงานเดินร่ำ เทนนิส ตีกอล์ฟ เดินป่า ซี่ม้า เล่นสกี และการว่ายน้ำ ที่พักจะมีบรรยากาศแบบสบาย ๆ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจกับกิจกรรมที่สนุกสนานต่าง ๆ เพื่อที่จะได้กลับมาใช้บริการอีก รวมถึงแนะนำคนอื่นให้มาพักด้วยแบบปากต่อปาก ซึ่งโรงแรมประเภทนี้มักจะจ้างเจ้าหน้าที่ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสังคม (Social Director) ไว้หลายคนเพื่อคอยวางแผนและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษต่างดังกล่าว

#### 6. โรงแรมประเภทให้บริการที่พักกับอาหารเช้า (Bed and Breakfast Hotels)

บางทีก็เรียกย่อ ๆ ว่า B & B ประเภทนี้ได้แก่บ้านหรืออาคารขนาดเล็กที่มีไม่กี่ห้อง นำมาดัดแปลงเป็นที่พักค้างคืนของผู้เดินทาง เจ้าของสถานที่จะพักอาศัยอยู่ในโรงแรมนั่นเองและจะเป็นผู้จัดการอาหารเช้าให้แก่แขกด้วยตนเอง อาหารมื้ออื่นส่วนมากจะไม่ค่อยมีบริการให้ โดยจะให้บริการแบบง่าย ๆ ราคาห้องพักจึงค่อนข้างจะย่อมเยากว่าโรงแรมทั่วไปผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งก็ชอบโรงแรมประเภทนี้เพราะรู้สึกว่ามีความเป็นกันเองดี

#### 7. โรงแรมประเภทแบ่งระยะเวลา และโรงแรมประเภทคอนโดมิเนียม (Time –Share and Condominium Hotels)

โรงแรมประเภทนี้ที่กำลังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ โรงแรมประเภทแบบแบ่งเวลา (Time –share hotels) ซึ่งมีลักษณะเป็นการซื้อความเป็นเจ้าของของห้องพักเป็นบางช่วงเวลา (purchase the ownership of accommodations for a specific period of time) ซึ่งปกติจะเป็นระยะเวลา 1 หรือ 2 สัปดาห์ต่อปี ในช่วงเวลาดังกล่าว คนที่เป็นเจ้าของจะมีสิทธิครอบครองห้องพักของตน ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นห้องพักในคอนโดมิเนียม เจ้าของห้องอาจจะนำห้องพักของตนไปให้คนอื่นเช่าก็ได้โดยผ่านบริษัทที่บริหารโรงแรมนั้นอยู่ โดยที่บริการต่าง ๆ ก็เหมือนโรงแรมทั่วไบนั่นเองทำให้แขกไม่ทราบว่าที่ตนมาพักอยู่นั้นเป็นโรงแรมประเภท Time –share โดยโรงแรมประเภทนี้จะเป็นที่นิยมมากเป็นพิเศษในกรณีที่ตั้งอยู่ในท้องที่ห่างไกล ซึ่งเจ้าของห้องอาจจะไปพักเพียงปีละ 2-3 สัปดาห์เท่านั้น วิธีนี้จึงคุ้มกว่าการที่จะซื้อห้องไว้เป็นเจ้าของคนเดียว ในขณะที่โรงแรมแบบคอนโดมิเนียมก็คล้ายคลึงกับประเภทแบ่งเวลา จะต่างกันก็ตรงสภาพความเป็นเป็นเจ้าของห้องพัก คือแบบคอนโดมิเนียมแต่ละห้องจะมีเจ้าของคนเดียว ในขณะที่แบบแบ่งเวลาจะมีเจ้าของหลายคน ส่วนในกรณีของคอนโดมิเนียมเจ้าของห้องจะบอกผู้บริหารอาคารว่าตนเองจะพักวันไหนบ้าง ในส่วนวันที่เหลือนอกจากนั้นก็แบ่งให้เช่าแก่บุคคลอื่น

#### 8. ที่พักประเภทอื่น ๆ

นอกจากโรงแรมประเภทต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ในต่างประเทศไทยยังมีที่พักแบบอื่น ๆ อีกเช่น สวนสาธารณะ (Vehicle Parks) พื้นที่สำหรับทำการตั้งแคมป์ (Camp grounds) และสวนสาธารณะสำหรับจอดรถที่ดัดแปลงเป็นบ้าน (mobile home parks) ซึ่งล้วนมีลักษณะคล้ายโรงแรมตรงที่ให้เช่าพื้นที่เพื่อพักค้างคืน และมีผลกระทบต่อรายได้ของโรงแรมใกล้เคียงไม่น้อย



เนื่องจากมีบรรยากาศดีเพราะอยู่ในสวนสาธารณะ แคมราคาก็ถูกกว่ากันมาก นอกจากนี้ ยังมีที่พัก ราคาถูก ประเภทโฮสเทลที่กำลังเป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่พักราคาถูก โดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำอาคารเก่ามาดัดแปลงเป็นที่พัก อาจมีทั้งห้องพักเดี่ยว และห้องพักรวม

### 2.3.4 ที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล (Hostel)

#### 1) ความหมายและความสำคัญของที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล

โฮสเทล หมายถึง ที่พักนักท่องเที่ยวในราคาประหยัด ที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานจำเป็น เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ ส่วนมากจะมีลักษณะคล้ายหอพัก มีเตียงสองชั้นหลาย ๆ เตียงในห้องเดียวกัน สามารถรองรับผู้เข้าพักได้ตั้งแต่ 4,6,8 ไปจนถึง 12 คนต่อห้อง โฮสเทลบางแห่งจะแยกห้องพักรักษาสำหรับผู้หญิงไว้คนละส่วน เพื่อความปลอดภัยและสบายใจระหว่างเข้าพัก แต่จะใช้ห้องน้ำร่วมกัน ซึ่งรูปแบบห้องพักให้บริการจะมีทั้งแบบพักรวมและแบบเดี่ยวหรือห้องส่วนตัว

เมื่อแนวโน้มการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ผู้คนเริ่มท่องเที่ยวแบบคนเดียวมากขึ้น เพราะต้องการอิสระในการท่องเที่ยว ซึ่งที่พักประเภท“โฮสเทล” เป็นโรงแรมประเภทหนึ่งที่เน้นการบริการแบบ self-service จึงมีบทบาทมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมเดินทางใหม่ ๆ จากทั่วโลกได้ (ผู้จัดการรายวัน. 9 สิงหาคม 2559 : ออนไลน์)

#### 2) นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮสเทล

นอกจากแบ็คแพ็คเกอร์ชาวต่างชาติแล้ว ก็ยังมีกลุ่มคนในประเทศที่เข้าไปใช้งานโฮสเทล เหตุผลที่เลือกก็อาจจะเพราะอยากลองเปลี่ยนที่นอน อยากเจอเพื่อนใหม่ หรือเพราะเดินทางไปไหนมาไหนสะดวก ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของโฮสเทล อย่างเช่น ถ้าตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย ก็อาจจะมีนักเรียนนักศึกษาที่มาจากต่างถิ่นมาใช้บริการ เพราะราคาถูกกว่าพักโรงแรม

#### 3) ความสำคัญของโฮสเทล

3.1 เป็นแหล่งพบปะกับเพื่อนใหม่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพราะหากเข้าพักที่โรงแรมจะอยู่อาศัยแบบส่วนตัว ต่างคนต่างก็อยู่ในห้องตัวเอง แต่ถ้าพักโฮสเทลสามารถเลือกห้องพักรวม (Dormitory) ซึ่งจะทำให้ได้เจอรูมเมทที่มาจากหลากหลายประเทศทั่วโลก นับเป็นโอกาสในการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน

3.2 บรรยากาศเป็นกันเองเหมือนไปอนบ้านเพื่อน โดยเกือบทุกโฮสเทลจะมี common area หรือพื้นที่ส่วนรวมที่ให้ผู้เข้าพักได้ใช้ทำกิจกรรมร่วมกันอาจจะเป็นห้องครัวหรือห้องนั่งเล่นซึ่งสามารถทำอะไรก็ได้เหมือนอยู่บ้านตัวเอง



3.3 ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก โฮสเทลบางแห่งอาจจะไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองเนื่องด้วยปัจจัยทางด้านราคา แต่ในทางกลับกันโฮสเทลมักตั้งอยู่ใกล้กับสถานีขนส่งสาธารณะ อันได้แก่ สถานีรถไฟ สถานีรถไฟฟ้า สถานีรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งสะดวกมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวในที่ต่าง ๆ

3.4 ราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรมหลายเท่า อาจจะเป็นเพราะผู้ให้บริการใช้ต้นทุนน้อยกว่า ขนาดของห้องของโรงแรมเล็กกว่า และมีส่วนที่ใช้งานร่วมกันมากกว่า จึงสามารถคิดราคาถูกได้

#### 4) การบริการสำหรับที่พักระดับประหยัด

ที่พักประเภทดังกล่าวจะเก็บค่าบริการในราคาถูก โดยที่การบริการจะอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกจะมีน้อยกว่าการให้บริการระดับโรงแรม โดยจะเน้นเรื่องความสะดวกของห้องพัก ห้องพักราคาประหยัด และการจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานให้แก่ผู้เข้าพักอย่างครบครัน แต่ไม่ได้มีการตกแต่งอย่างหรูหราหรือใช้วัสดุราคาแพง ไม่มีการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพัก หัวใจสำคัญของการบริการที่พักรูปแบบนี้ คือ การให้บริการที่ได้มาตรฐานภายในราคาที่ประหยัด (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2555 : 31)

ที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล มีรูปแบบการให้บริการแบบบริการตนเอง และการใช้พื้นที่ส่วนรวม โดยทางที่พักจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เตรียมพร้อมไว้ให้กับผู้ที่มาใช้บริการ มีการทำอาหารรับประทาน และล้างจานเอง ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีพนักงานให้บริการจำนวนมาก ส่งผลต่อราคาห้องพักที่มีราคาถูก การใช้พื้นที่ส่วนรวม เช่น ห้องน้ำ ห้องนั่งเล่น ห้องครัว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง และได้พบปะสังสรรค์กัน (สุกฤตา บึงสว่าง. 2556 : 30)

สรุปได้ว่า โฮสเทล คือ เป็นที่พักรูปแบบหนึ่งที่ให้บริการในราคาประหยัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและพื้นที่ส่วนกลางไว้บริการ มีจุดเด่นในเรื่องของราคาห้องพัก และสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากเหล่ากลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์ด้วยกัน ที่พักจะเน้นการให้บริการแบบที่มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง ห้องพักรวมทั้งห้องพักแบบรวม และห้องพักแบบส่วนตัว โดยมีการจัดอันดับรางวัลฮอสเทล เพื่อแสดงถึงคุณภาพและความนิยมในการเลือกเข้าพักโฮสเทลจากทั่วโลก ทำให้การแข่งขันในธุรกิจโฮสเทลมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้แก่ผู้เข้าพัก โดยมีเกณฑ์การตัดสินในด้านราคาที่พักรวม บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้ง ความสะดวก และความปลอดภัย



### 5) เกณฑ์การคัดเลือกโฮสเทลดีเด่น

ในการคัดเลือกโฮสเทลดีเด่น จะเน้นการวัดจากคุณภาพการบริการที่ประทับใจ ไม่เน้นในเรื่องความสวยงามมากนัก ซึ่งเป็นรางวัลที่เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2014 นั่นก็คือ รางวัล Hoscars (ฮอสการ์) ย่อมาจาก Hostelworld Customer Annual Ratings

ฮอสการ์ คือ รางวัลการจัดอันดับโฮสเทลจากทั่วโลกยอดเยี่ยม โดยให้คะแนนจากความพึงพอใจของผู้ใช้งานโฮสเทลหรือโรงแรมราคาประหยัดกว่าหนึ่งล้านคน เพื่อเป็นเครื่องยืนยันถึงการบริการที่ยอดเยี่ยม ซึ่งประเมินได้จากจำนวนความนิยมในการจองเข้าพัก และคะแนนความนิยมที่ลูกค้าให้ โดยแบ่งเกณฑ์การจัดลำดับให้รางวัล ดังนี้ (hostelworld. 30 กันยายน 2559 : ออนไลน์)

1. ราคาประหยัด
2. บรรยากาศดี
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน
4. ความสะอาดและความปลอดภัย
5. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง

เพราะฉะนั้น เกณฑ์การคัดเลือกโฮสเทลดีเด่นทั้ง 5 ข้อข้างต้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ดังนี้ โฮสเทลจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ความสะอาดและความปลอดภัย จะสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โฮสเทลจะต้องมีห้องพักราคาประหยัด สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านราคา (Price) โฮสเทลจะต้องตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านการจัดจำหน่าย (Place) โฮสเทลจะต้องมีบรรยากาศที่ดี สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจจะนำเกณฑ์ดังกล่าว นำมาใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### 2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



## แผนภูมิที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### 2.5 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขต  
ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาได้กำหนด  
ระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย

#### 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขต  
ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research  
Methodogy) โดยผู้ศึกษาวิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและใช้โปรแกรมทางสถิติในการ  
คำนวณประกอบการนำเสนอรายงาน

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาวิจัย ได้แก่ เฉพาะผู้เข้าพักโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาที่ชื่อที่พัก ที่มีคำว่า “โฮสเทล” จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1. มิลาน  
แอร์พอร์ต โฮสเทล 2. การ์เด็น รूम โฮสเทล 3. อีท-ดิง โฮสเทล 4. วันเดอร์ลัส บางกอก โฮสเทล  
เนื่องจาก ไม่มีการจดทะเบียนพาณิชย์ที่ที่พักประเภทโฮสเทล ที่สำนักงานเขตลาดกระบัง จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร (ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตลาดกระบัง. 2559)

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เนื่องจากผู้ศึกษาวิจัยไม่ทราบจำนวนผู้เข้าพัก  
โฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน  
ประชากร กำหนดความผิดพลาดยอมรับได้เท่ากับ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากสูตรคำนวณ



ของคอแครน (W.G.cochran. 1977 : 75 อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2551) สัดส่วน  
ลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่	N แทน	ขนาดของประชากร
	N แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	Z แทน	ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ Z ที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) >> Z = 1.96(ปกตินิยมระดับความเชื่อมั่น 95%)
	E แทน	คลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

จากสูตรคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \approx 384 \end{aligned}$$

ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 384 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบ  
แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาวิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 16 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
400 คน

### 3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการเลือกสุ่มตัวอย่างเป้าหมายโดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive  
sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เฉพาะนักท่องเที่ยวผู้เข้าพัก  
โฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง โดยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและรอเก็บคืนทันที  
จำนวน 400 ชุด

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย และ  
ได้แบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ส่วน รวมจำนวน 40 ข้อ เพื่อใช้ในเก็บและรวบรวมข้อมูล มีดังนี้



ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามเป็นลักษณะเลือกตอบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินระดับความพึงพอใจของตนเอง ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ถ้าเป็นคำถามประเภทสอดคล้องให้คะแนน 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

### 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากเอกสาร บทความ หลักการทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จ จึงตรวจสอบข้อคำถามและเนื้อหา เพื่อให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหาเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้

#### 2. การทดสอบเครื่องมือ

2.1 ผู้ศึกษาวิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และเพื่อตรวจสอบให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้



2.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อนำไปทดสอบกับค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องในแบบสอบถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2554 : 445)

2.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบ นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าพักโฮสเทล และรับคืนด้วยตนเอง เพื่อให้ได้แบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 ชุด

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง โดยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและรอเก็บคืนทันที จำนวน 400 ชุด

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนทางสถิติต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2554) ดังนี้

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จะใช้อธิบายในด้านความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

สำหรับการวิเคราะห์ผลคะแนน ผู้วิจัยแบ่งช่วงระดับคะแนน โดยใช้ค่าเฉลี่ยจากข้อมูลเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยการหาความกว้างอันตรภาคชั้น ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2554 : 60)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ซึ่งกำหนดขนาดของชั้นจากค่าคะแนนเฉลี่ยช่วงชั้น (Weight Mean Score) โดยให้แต่ละหน่วยมีช่วงเท่า ๆ กัน ดังนี้



<u>ค่าคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21- 5.00	ระดับความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด
3.41- 4.20	ระดับความพึงพอใจ ระดับมาก
2.61- 3.40	ระดับความพึงพอใจ ระดับปานกลาง
1.81- 2.60	ระดับความพึงพอใจ ระดับน้อย
1.00- 1.80	ระดับความพึงพอใจ ระดับน้อยที่สุด

## 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อเป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

2.1 ใช้วิธี Independent Simple T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ เพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ใช้วิธี F-Test เพื่อทดสอบความแปรปรวนระหว่างตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระจำแนกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Lest Significant Difference)

## 3.7 จริยธรรมในการดำเนินการวิจัย

จริยธรรมในการศึกษางานวิจัยเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยจะมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ผู้ตอบแบบความสอบถามทราบ โดยกลุ่มตัวอย่างนั้นทำการตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ดังนั้น ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้จะถูกเก็บเป็นความลับ จะไม่เปิดเผยหรือเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว จะนำข้อมูลที่ได้มานั้นมาทำการวิเคราะห์กับงานวิจัยเล่มนี้เท่านั้น



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขต  
ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาวิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากกลุ่ม  
ตัวอย่างได้จำนวน 387 คน และได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายใน  
เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic – Parametric  
tests)

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา  
อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=387)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	213	55.0
หญิง	174	45.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	82	21.2
อายุ 26-35 ปี	173	44.7
อายุ 36-40 ปี	85	22.0
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	47	12.1



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	2	.5
มัธยมต้น / ปวช.	50	12.9
มัธยมปลาย /ปวส.	84	21.7
ปริญญาตรี	214	55.3
ปริญญาโท	25	6.5
สูงกว่าปริญญาโท	12	3.1
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน นักศึกษา	60	15.5
พนักงานบริษัทเอกชน	169	43.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	56	14.5
เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	55	14.2
รับจ้างทั่วไป	47	12.1
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	48	12.4
10,001 – 20,000 บาท	143	37.0
20,001 – 30,000 บาท	150	38.8
30,001 – 40,000 บาท	23	5.9
40,001 – 50,000 บาท	6	1.6
50,001 บาทขึ้นไป	17	4.4

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 387 คน มีข้อมูลส่วนบุคคล ดังนี้  
เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมา  
เป็นเพศหญิง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7  
รองลงมา ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 82 คน  
คิดเป็นร้อยละ 21.2 และสุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป มีจำนวน 47 คน  
คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ



ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา มัธยมปลาย/ปวส. จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 มัธยมต้น/ปวช จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ปริญญาโท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และสุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมา นักเรียน นักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 รับจ้างทั่วไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 เกษตรกร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และสุดท้ายแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ .5 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจะมีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–40,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และสุดท้ายรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001–50,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมรายด้าน

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	.573	มาก	5
2. ด้านราคา	4.01	.620	มาก	6
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.47	.723	มากที่สุด	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.74	1.077	ปานกลาง	7
5. ด้านบุคลากร	4.50	.593	มากที่สุด	1



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ที่
6. ด้านกระบวนการ	4.21	.576	มากที่สุด	4
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.34	.651	มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	.451	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณารายด้าน สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.01 และสุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ชื่อเสียงของที่พักรู้จักเป็นที่รู้จัก	70 (18.1)	129 (33.3)	170 (43.9)	16 (4.1)	2 (.5)	3.64	.841	มาก
2. มีการออกแบบตัวอาคารและห้องพักรว้อย่างสวยงาม	109 (28.2)	197 (50.9)	79 (20.4)	2 (.5)	-	4.07	.709	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในครบ	125 (32.3)	179 (46.3)	71 (18.3)	11 (2.8)	1 (.3)	4.07	.800	มาก
4. ความสะอาดของที่พักรว	199 (51.4)	149 (38.5)	34 (8.8)	5 (1.3)	-	4.40	.703	มากที่สุด
5. ที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่มีความปลอดภัย	138 (35.7)	189 (48.8)	54 (14.0)	6 (1.6)	-	4.19	.724	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07	.573	มาก



จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ของความพึงพอใจที่มีต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณาตามรายละเอียด ทำให้สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสะอาดของที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา ที่พักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.19 มีการออกแบบไว้อย่างสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.07 มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในครบ มีค่าเฉลี่ย 4.07 และสุดท้ายชื่อเสียงของที่พักเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน	176 (45.5)	152 (39.3)	54 (14.0)	5 (1.3)	-	4.29	.751	มากที่สุด
2. ราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก	83 (21.4)	129 (33.3)	130 (33.6)	45 (11.6)	-	3.65	.945	มาก
3. ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น	147 (38.0)	139 (35.9)	92 (23.8)	9 (2.3)	-	4.10	.839	มาก
4. อัตราค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสม	114 (29.5)	183 (47.3)	83 (21.4)	7 (1.8)	-	4.04	.762	มาก
5. อัตราค่าบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	110 (28.4)	184 (47.5)	80 (20.7)	9 (2.3)	4 (1.0)	4.00	.824	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						4.01	.620	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ของความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณารายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย



ได้แก่ มีการแจ้งราคาห้องที่พักรัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น มีค่าเฉลี่ย 4.10 อัตราค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.04 อัตราค่าบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.00 และสุดท้ายราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์	262 (67.7)	80 (20.7)	35 (9.0)	7 (1.8)	3 (.8)	4.53	.796	มากที่สุด
2. มีระบบการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์	249 (64.3)	91 (23.5)	40 (10.3)	3 (.8)	4 (1.0)	4.49	.793	มากที่สุด
3. ทำเลที่ตั้งของที่พักรัดถนนใหญ่ไป-มาสะดวก	229 (59.2)	99 (25.6)	49 (12.7)	5 (1.3)	5 (1.3)	4.40	.853	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						4.47	.723	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 เมื่อพิจารณารายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมา มีระบบการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.49 และสุดท้ายทำเลที่ตั้งของที่พักรัดถนนใหญ่ไป-มาสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ



ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับห้องพัก	40 (10.3)	49 (12.7)	114 (29.5)	110 (28.4)	74 (19.1)	2.67	1.217	ปานกลาง
2. มีส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม	32 (8.3)	47 (12.1)	152 (39.3)	81 (20.9)	75 (19.4)	2.69	1.159	ปานกลาง
3. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน	48 (12.4)	47 (12.1)	153 (39.5)	75 (19.4)	64 (16.5)	2.84	1.205	ปานกลาง
4. มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน เว็บไซต์	42 (10.9)	47 (12.1)	151 (39.0)	81 (20.9)	66 (17.1)	2.79	1.186	ปานกลาง
5. การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต	41 (10.6)	38 (9.8)	149 (38.5)	84 (21.7)	75 (19.4)	2.71	1.196	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						2.74	1.077	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.74 เมื่อพิจารณารายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.84 รองลงมา มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 2.79



การจัดโปรแกรมขึ้นร่วมกับบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 2.71 มีส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 2.69 และสุดท้ายมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พนักงานอภัยาคัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ใบน้ำยิ้มแย้ม	230 (59.4)	132 (34.1)	23 (5.9)	2 (.5)	-	4.52	.633	มากที่สุด
2. พนักงานร่าเริงแจ่มใส สามารถพูดคุยได้ อย่างเป็นกันเอง	215 (55.6)	142 (36.7)	28 (7.2)	2 (.5)	-	4.47	.653	มากที่สุด
3. พนักงานมีความรู้ สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน	226 (58.4)	138 (35.7)	18 (4.7)	5 (1.3)	-	4.51	.649	มากที่สุด
4. พนักงานสามารถ แนะนำและให้ข้อมูล ได้เป็นอย่างดี	218 (56.3)	143 (37.0)	19 (4.9)	7 (1.8)	-	4.48	.676	มากที่สุด
5. พนักงานมีความ คล่องตัวในการ ปฏิบัติงานและเอาใจ ใส่ดี	230 (59.4)	132 (34.1)	22 (5.7)	3 (.8)	-	4.52	.641	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.50	.593	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการวิเคราะห์ของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณารายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานอภัยาคัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ใบน้ำยิ้มแย้ม มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา พนักงานมีความ



คล่องตัวในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.52 พนักงานมีความรู้ สามารถสื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.51 พนักงานสามารถแนะนำและให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.48 และสุดท้ายพนักงานร่าเริงแจ่มใส สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 4.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว	187 (48.3)	183 (47.3)	14 (3.6)	3 (.8)	-	4.43	.604	มากที่สุด
2. มีบริการรถรับ-ส่งสนามบิน	94 (24.3)	127 (32.8)	117 (30.2)	37 (9.6)	12 (3.1)	3.66	1.045	มาก
3. มีการประสานงานสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก	154 (39.8)	196 (50.6)	32 (8.3)	4 (1.0)	1 (.3)	4.29	.681	มากที่สุด
4. ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน	153 (39.5)	202 (52.2)	23 (5.9)	9 (2.3)	-	4.29	.682	มากที่สุด
5. ได้รับการดูแลอย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ	187 (48.3)	173 (44.7)	22 (5.7)	5 (1.3)	-	4.40	.658	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						4.21	.576	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณาตามรายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา ลูกค้ายได้รับการดูแลอย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีการประสานงานงานและสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.29



ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.29 และสุดท้ายที่พักจะมีบริการรถรับ-ส่ง สนามบิน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภท โฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ข้อที่	ความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อากาศปลอดโปร่ง ถ่ายเทสะดวก	230 (59.4)	123 (31.8)	27 (7.0)	7 (1.8)	-	4.49	.707	มากที่สุด
2. ความสะอาดถูก สุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และ ภายใน บริเวณที่พัก	163 (42.1)	179 (46.3)	38 (9.8)	4 (1.0)	3 (.8)	4.28	.744	มากที่สุด
3. มีระบบรักษาความ ปลอดภัยที่ดี	192 (49.6)	153 (39.5)	33 (8.5)	6 (1.6)	3 (.8)	4.36	.767	มากที่สุด
4. การจัดการสถานที่พัก เป็นสัดส่วน	163 (42.1)	180 (46.5)	35 (9.0)	5 (1.3)	4 (1.0)	4.27	.763	มากที่สุด
5. ที่พักมีบริเวณอนุญาต ให้สูบบุหรี่และห้ามสูบ บุหรี่แบ่งแยกชัดเจน	179 (46.3)	156 (40.3)	42 (10.9)	6 (1.6)	4 (1.0)	4.29	.802	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						4.34	.651	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภท โฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียด สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อากาศปลอดโปร่งถ่ายเทสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมา การที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.36 ที่พักมีบริเวณอนุญาตให้สำหรับสูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่แบ่งแยกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.29 ความสะอาดถูกสุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และภายในบริเวณที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.28 และสุดท้ายการจัดการสถานที่พักเป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ



## 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนนี้ทำการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบเพื่อที่จะต้องการทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วย ANOVA ด้วยวิธี F-Test และสถิติ Independent Simple T-Test เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Lest Significant Difference) และผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**ตารางที่ 10** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ใช้วิธี T-Test

ปัจจัย	เพศ		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	4.13	-1.760	.079
2. ด้านราคา	3.99	4.05	-1.020	.308
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.49	4.45	.484	.629
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.68	2.81	-1.197	.232
5. ด้านบุคลากร	4.46	4.55	-1.534	.126
6. ด้านกระบวนการ	4.20	4.23	-.381	.703
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.30	4.39	-1.382	.168
รวม	4.02	4.09	-1.459	.145

จากตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกัน



เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .145 มากกว่า 0.05 จึงทำให้ยอมรับ  $H_0$  หมายความว่า ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ทำการทดสอบรายคู่

**สมมติฐานที่ 2** ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**ตารางที่ 11** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ใช้วิธี F-Test

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) อายุ				F	Sig
	ต่ำกว่า 25 ปี	26-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.85	4.09	4.07	4.42	10.734	.000*
2. ด้านราคา	3.95	3.99	3.98	4.26	3.017	.030*
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.17	4.63	4.48	4.4	8.24	.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76	2.75	2.66	2.81	0.246	0.864
5. ด้านบุคลากร	4.47	4.48	4.43	4.77	4.025	.008*
6. ด้านกระบวนการ	4.21	4.2	4.09	4.49	5.277	.001*
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.29	4.45	4.16	4.31	3.986	.008*
<b>เฉลี่ยรวม</b>	3.96	4.09	3.98	4.21	4.242	.006*



จากตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .006 น้อยกว่า 0.05 จึงทำให้ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังนี้

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ รายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ปัจจัย	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.246*	.001
		อายุ 36 - 40 ปี	-.222*	.010
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.571*	.000
	อายุ 26 - 35 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.246*	.001
		อายุ 36 - 40 ปี	.024	.741
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.325*	.000
	อายุ 36 - 40 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.222*	.010
		อายุ 26 - 35 ปี	-.024	.741
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.349*	.000
	มากกว่า 45ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 25 ปี	.571*	.000
		อายุ 26 - 35 ปี	.325*	.000
		อายุ 36 - 40 ปี	.349*	.000
ด้านราคา	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.045	.582
		อายุ 36 - 40 ปี	-.035	.716
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.315*	.005



ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference	Sig.
ด้านราคา (ต่อ)	อายุ 26 - 35 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.045	.582
		อายุ 36 - 40 ปี	.011	.896
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.270*	.008
	อายุ 36 - 40 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.035	.716
		อายุ 26 - 35 ปี	-.011	.896
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.280*	.013
	มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	ต่ำกว่า 25 ปี	.315*	.005
		อายุ 26 - 35 ปี	.270*	.008
		อายุ 36 - 40 ปี	.280*	.013
ด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.463*	.000
		อายุ 36 - 40 ปี	-.312*	.004
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.226	.080
	อายุ 26 - 35 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.463*	.000
		อายุ 36 - 40 ปี	.152	.105
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	.237*	.042
	อายุ 36 - 40 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.312*	.004
		อายุ 26 - 35 ปี	-.152	.105
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	.085	.506
	มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	ต่ำกว่า 25 ปี	.226	.080
		อายุ 26 - 35 ปี	-.237*	.042
		อายุ 36 - 40 ปี	-.085	.506
ด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.009	.909
		อายุ 36 - 40 ปี	.045	.621
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.304*	.005
	อายุ 26 - 35 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	.009	.909
		อายุ 36 - 40 ปี	.054	.488
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.295*	.002



ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference	Sig.
ด้านบุคลิกกร (ต่อ)	อายุ 36 - 40 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	-.045	.621
		อายุ 26 - 35 ปี	-.054	.488
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.349*	.001
	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 25 ปี	.304*	.005
		อายุ 26 - 35 ปี	.295*	.002
		อายุ 36 - 40 ปี	.349*	.001
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	.010	.898
		อายุ 36 - 40 ปี	.123	.163
		มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	-.284*	.006
		อายุ 26 - 35 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	-.010
	อายุ 26 - 35 ปี	อายุ 36 - 40 ปี	.113	.133
		มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	-.294*	.002
		อายุ 36 - 40 ปี	ต่ำกว่า 25 ปี	-.123
	อายุ 36 - 40 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.113	.133
		มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	-.407*	.000
		ต่ำกว่า 25 ปี	.284*	.006
		อายุ 26 - 35 ปี	.294*	.002
	ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ต่ำกว่า 25 ปี	อายุ 26 - 35 ปี	-.158
อายุ 36 - 40 ปี			.128	.200
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป			-.022	.850
อายุ 26 - 35 ปี		ต่ำกว่า 25 ปี	.158	.067
		อายุ 36 - 40 ปี	.286*	.001
		มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	.136	.200
อายุ 36 - 40 ปี		ต่ำกว่า 25 ปี	-.128	.200
		อายุ 26 - 35 ปี	-.286*	.001
		มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป	-.150	.200



ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference	Sig.
	มากกว่า 45ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 25 ปี	.022	.850
		อายุ 26 - 35 ปี	-.136	.200
		อายุ 36 - 40 ปี	.150	.200

จากตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุรายคู่ด้วยวิธีการ LSD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 - 35 ปี อายุ 36 - 40 ปี และมากกว่า 45 ปี ขึ้นไป

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไปมีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26 - 35 ปี และอายุ 36 - 40 ปี

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 - 35 ปี อายุ 36 - 40 ปี และมากกว่า 45 ปี ขึ้นไป

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไปมีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26 - 35 ปี และอายุ 36 - 40 ปี

ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไปมีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26 - 35 ปี และอายุ 36 - 40 ปี

**สมมติฐานที่ 3** ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน



ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา ใช้วิธี F-Test

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ระดับการศึกษา						F	Sig
	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	มัธยมปลาย / ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	สูงกว่าปริญญาโท		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.20	3.99	3.87	4.15	4.40	4.23	10.242	.000*
2. ด้านราคา	2.10	3.98	3.95	4.01	4.30	4.47	6.839	.000*
3. ด้านการจัดจำหน่าย	1.50	4.81	4.51	4.39	4.37	4.94	12.207	.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.20	2.81	2.89	2.60	3.36	2.83	3.709	.003*
5. ด้านบุคลากร	2.00	4.28	4.31	4.61	4.71	4.83	15.438	.000*
6. ด้านกระบวนการ	1.70	4.04	4.18	4.25	4.45	4.47	11.291	.000*
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1.60	4.50	4.47	4.27	4.32	4.43	10.069	.000*
เฉลี่ยรวม	1.76	4.06	4.03	4.04	4.27	4.32	14.655	.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 จึงทำให้ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังนี้



ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา รายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-1.792*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-1.667*	.000
		ปริญญาตรี	-1.946*	.000
		ปริญญาโท	-2.200*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-2.033*	.000
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	1.792*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	.125	.196
		ปริญญาตรี	-.154	.072
		ปริญญาโท	-.408*	.002
		สูงกว่าปริญญาโท	-.241	.167
	มัธยมปลาย / ปวส.	ประถมศึกษา	1.667*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.125	.196
		ปริญญาตรี	-.279*	.000
		ปริญญาโท	-.533*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-.367*	.029
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	1.946*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.154	.072
		มัธยมปลาย / ปวส.	.279*	.000
		ปริญญาโท	-.254*	.027
		สูงกว่าปริญญาโท	-.088	.586
ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.200*	.000	
	มัธยมต้น / ปวช.	.408*	.002	
	มัธยมปลาย / ปวส.	.533*	.000	
	ปริญญาตรี	-.254*	.027	
	สูงกว่าปริญญาโท	.167	.382	



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.033*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.241	.167
		มัธยมปลาย / ปวส.	.367*	.029
		ปริญญาตรี	.088	.586
		ปริญญาโท	-.167	.382
ด้านราคา	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-1.880*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-1.845*	.000
		ปริญญาตรี	-1.910*	.000
		ปริญญาโท	-2.196*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-2.367*	.000
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	1.880*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	.035	.745
		ปริญญาตรี	-.030	.747
		ปริญญาโท	-.316*	.032
		สูงกว่าปริญญาโท	-.487*	.012
	มัธยมปลาย / ปวส.	ประถมศึกษา	1.845*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.035	.745
		ปริญญาตรี	-.065	.399
		ปริญญาโท	-.351*	.010
		สูงกว่าปริญญาโท	-.521*	.005
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	1.910*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.030	.747
		มัธยมปลาย / ปวส.	.065	.399
		ปริญญาโท	-.286*	.024
		สูงกว่าปริญญาโท	-.456*	.010



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านราคา (ต่อ)	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.196*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.316*	.032
		มัธยมปลาย / ปวส.	.351*	.010
		ปริญญาตรี	.286*	.024
		สูงกว่าปริญญาโท	-.171	.417
	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.367*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.487*	.012
		มัธยมปลาย / ปวส.	.521*	.005
		ปริญญาตรี	.456*	.010
		ปริญญาโท	.171	.417
ด้านการจัดจำหน่าย	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-3.313*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-3.012*	.000
		ปริญญาตรี	-2.893*	.000
		ปริญญาโท	-2.873*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-3.444*	.000
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	3.313*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	.301*	.013
		ปริญญาตรี	.421*	.000
		ปริญญาโท	.440*	.008
		สูงกว่าปริญญาโท	-.131	.547
	มัธยมปลาย / ปวส.	ประถมศึกษา	3.012*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.301*	.013
		ปริญญาตรี	.119	.171
		ปริญญาโท	.139	.369
		สูงกว่าปริญญาโท	-.433*	.039



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านการจัดจำหน่าย (ต่อ)	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	2.893*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.421*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.119	.171
		ปริญญาโท	.019	.893
		สูงกว่าปริญญาโท	-.552*	.006
	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.873*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.440*	.008
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.139	.369
		ปริญญาตรี	-.019	.893
		สูงกว่าปริญญาโท	-.571*	.017
	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	3.444*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.131	.547
		มัธยมปลาย / ปวส.	.433*	.039
		ปริญญาตรี	.552*	.006
		ปริญญาโท	.571*	.017
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-1.608*	.036
		มัธยมปลาย / ปวส.	-1.690*	.026
		ปริญญาตรี	-1.400	.063
		ปริญญาโท	-2.160*	.006
		สูงกว่าปริญญาโท	-1.633*	.044
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	1.608*	.036
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.082	.663
		ปริญญาตรี	.208	.212
		ปริญญาโท	-.552*	.034
		สูงกว่าปริญญาโท	-.025	.941



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านการส่งเสริม การตลาด (ต่อ)	มัธยมปลาย /ปวส.	ประถมศึกษา	1.690*	.026
		มัธยมต้น / ปวช.	.082	.663
		ปริญญาตรี	.290*	.034
		ปริญญาโท	-.470	.052
		สูงกว่าปริญญาโท	.057	.861
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	1.400	.063
		มัธยมต้น / ปวช.	-.208	.212
		มัธยมปลาย /ปวส.	-.290*	.034
		ปริญญาโท	-.760*	.001
		สูงกว่าปริญญาโท	-.233	.458
	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.160*	.006
		มัธยมต้น / ปวช.	.552*	.034
		มัธยมปลาย /ปวส.	.470	.052
		ปริญญาตรี	.760*	.001
		สูงกว่าปริญญาโท	.527	.157
	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	1.633*	.044
		มัธยมต้น / ปวช.	.025	.941
		มัธยมปลาย /ปวส.	-.057	.861
		ปริญญาตรี	.233	.458
		ปริญญาโท	-.527	.157
ด้านบุคลากร	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-2.280*	.000
		มัธยมปลาย /ปวส.	-2.312*	.000
		ปริญญาตรี	-2.608*	.000
		ปริญญาโท	-2.712*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-2.833*	.000



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านบุคลิกภาพ (ต่อ)	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	2.280*	.000
		มัธยมปลาย /ปวส.	-.032	.743
		ปริญญาตรี	-.328*	.000
		ปริญญาโท	-.432*	.001
		สูงกว่าปริญญาโท	-.553*	.002
	มัธยมปลาย /ปวส.	ประถมศึกษา	2.312*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.032	.743
		ปริญญาตรี	-.297*	.000
		ปริญญาโท	-.400*	.001
		สูงกว่าปริญญาโท	-.521*	.002
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	2.608*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.328*	.000
		มัธยมปลาย /ปวส.	.297*	.000
		ปริญญาโท	-.104	.368
		สูงกว่าปริญญาโท	-.225	.164
	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.712*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.432*	.001
		มัธยมปลาย /ปวส.	.400*	.001
		ปริญญาตรี	.104	.368
		สูงกว่าปริญญาโท	-.121	.526
	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.833*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.553*	.002
		มัธยมปลาย /ปวส.	.521*	.002
		ปริญญาตรี	.225	.164
ปริญญาโท		.121	.526	



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านกระบวนการ	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-2.344*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-2.483*	.000
		ปริญญาตรี	-2.546*	.000
		ปริญญาโท	-2.748*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-2.767*	.000
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	2.344*	.000
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.139	.150
		ปริญญาตรี	-.202*	.018
		ปริญญาโท	-.404*	.002
		สูงกว่าปริญญาโท	-.423*	.016
	มัธยมปลาย / ปวส.	ประถมศึกษา	2.483*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.139	.150
		ปริญญาตรี	-.062	.370
		ปริญญาโท	-.265*	.032
		สูงกว่าปริญญาโท	-.283	.090
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	2.546*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.202*	.018
		มัธยมปลาย / ปวส.	.062	.370
		ปริญญาโท	-.202	.078
		สูงกว่าปริญญาโท	-.221	.169
	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.748*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.404*	.002
		มัธยมปลาย / ปวส.	.265*	.032
		ปริญญาตรี	.202	.078
สูงกว่าปริญญาโท		-.019	.922	



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
ด้านกระบวนการ (ต่อ)	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.767*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	.423*	.016
		มัธยมปลาย /ปวส.	.283	.090
		ปริญญาตรี	.221	.169
		ปริญญาโท	.019	.922
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ประถมศึกษา	มัธยมต้น / ปวช.	-2.904*	.000
		มัธยมปลาย /ปวส.	-2.874*	.000
		ปริญญาตรี	-2.668*	.000
		ปริญญาโท	-2.720*	.000
		สูงกว่าปริญญาโท	-2.833*	.000
	มัธยมต้น / ปวช.	ประถมศึกษา	2.904*	.000
		มัธยมปลาย /ปวส.	.030	.784
		ปริญญาตรี	.236*	.015
		ปริญญาโท	.184	.223
		สูงกว่าปริญญาโท	.071	.721
	มัธยมปลาย /ปวส.	ประถมศึกษา	2.874*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.030	.784
		ปริญญาตรี	.206*	.010
		ปริญญาโท	.154	.273
		สูงกว่าปริญญาโท	.040	.831
	ปริญญาตรี	ประถมศึกษา	2.668*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.236*	.015
		มัธยมปลาย /ปวส.	-.206*	.010
		ปริญญาโท	-.052	.691
		สูงกว่าปริญญาโท	-.165	.367



ตารางที่ 14 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference	Sig.
	ปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.720*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.184	.223
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.154	.273
		ปริญญาตรี	.052	.691
		สูงกว่าปริญญาโท	-.113	.600
	สูงกว่าปริญญาโท	ประถมศึกษา	2.833*	.000
		มัธยมต้น / ปวช.	-.071	.721
		มัธยมปลาย / ปวส.	-.040	.831
		ปริญญาตรี	.165	.367
		ปริญญาโท	.113	.600

จากตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษารายคู่ด้วยวิธีการ LSD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. และปริญญาโท

ด้านบุคลากร พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

ด้านกระบวนการ พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย / ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท



ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความแตกต่างรายคู่กับมัธยมต้น / ปวช. มัธยมปลาย /ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่า ปริญญาโท

**สมมติฐานที่ 4** ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**ตารางที่ 15** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ ใช้วิธี F-Test

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )					F	Sig
	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ /ข้าราชการ	เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	รับจ้างทั่วไป		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	4.04	4.14	4.29	3.94	3.339	.011*
2. ด้านราคา	3.88	3.99	4.19	4.10	3.96	2.208	.068
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.23	4.56	4.35	4.48	4.60	3.203	.013*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.50	2.68	2.92	2.93	2.82	1.818	.125
5. ด้านบุคลากร	4.42	4.47	4.72	4.69	4.24	6.394	.000*
6. ด้านกระบวนการ	4.07	4.15	4.53	4.41	4.00	9.658	.000*
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.17	4.36	4.43	4.41	4.30	1.584	.178
เฉลี่ยรวม	3.90	4.04	4.18	4.19	3.98	4.827	.001*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .001 น้อยกว่า 0.05 จึงทำให้ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังนี้

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ รายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ปัจจัย	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	-.040	.635
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.140	.186
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.291*	.006
		รับจ้างทั่วไป	.067	.543
	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	.040	.635
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.099	.257
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.251*	.005
		รับจ้างทั่วไป	.108	.250
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	นักเรียน นักศึกษา	.140	.186
		พนักงานบริษัทเอกชน	.099	.257
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.152	.159
		รับจ้างทั่วไป	.207	.066
เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	นักเรียน นักศึกษา	.291*	.006	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.251*	.005	
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	.152	.159	
	รับจ้างทั่วไป	.358*	.002	



ตารางที่ 16 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	รับจ้างทั่วไป	นักเรียน นักศึกษา	-.067	.543
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.108	.250
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.207	.066
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.358*	.002
ด้านการจัดจำหน่าย	นักเรียน นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	-.336*	.002
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.123	.354
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.257	.055
		รับจ้างทั่วไป	-.368*	.009
	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	.336*	.002
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	.213	.054
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	.079	.476
		รับจ้างทั่วไป	-.032	.789
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	นักเรียน นักศึกษา	.123	.354
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.213	.054
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.134	.326
		รับจ้างทั่วไป	-.245	.085
	เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	นักเรียน นักศึกษา	.257	.055
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.079	.476
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	.134	.326
		รับจ้างทั่วไป	-.111	.436



ตารางที่ 16 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference	Sig.
ด้านการจัดจำหน่าย (ต่อ)	รับจ้างทั่วไป	นักเรียน นักศึกษา	.368*	.009
		พนักงานบริษัทเอกชน	.032	.789
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	.245	.085
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพ อิสระ	.111	.436
ด้านบุคลากร	นักเรียน นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	-.054	.531
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.301*	.005
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพ อิสระ	-.278*	.010
		รับจ้างทั่วไป	.178	.113
		พนักงานบริษัทเอกชน	.054	.531
	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	-.247*	.006
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.224*	.013
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพ อิสระ	.233*	.015
		รับจ้างทั่วไป	.233*	.015
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	นักเรียน นักศึกษา	.301*	.005
		พนักงานบริษัทเอกชน	.247*	.006
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพ อิสระ	.023	.832
		รับจ้างทั่วไป	.480*	.000
	เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	นักเรียน นักศึกษา	.278*	.010
		พนักงานบริษัทเอกชน	.224*	.013
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.023	.832
รับจ้างทั่วไป		.456*	.000	



ตารางที่ 16 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference	Sig.	
ด้านบุคลากร (ต่อ)	รับจ้างทั่วไป	นักเรียน นักศึกษา	-.178	.113	
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.233*	.015	
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.480*	.000	
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.456*	.000	
ด้านกระบวนการ	นักเรียน นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	-.078	.346	
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.455*	.000	
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.341*	.001	
		รับจ้างทั่วไป	.073	.495	
		พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน นักศึกษา	.078	.346
	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.377*	.000	
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.263*	.002	
		รับจ้างทั่วไป	.151	.097	
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	นักเรียน นักศึกษา	.455*	.000
			พนักงานบริษัทเอกชน	.377*	.000
	เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ		.114	.277	
	รับจ้างทั่วไป		.529*	.000	
	เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	นักเรียน นักศึกษา	.341*	.001	
		พนักงานบริษัทเอกชน	.263*	.002	
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.114	.277	
		รับจ้างทั่วไป	.415*	.000	



ตารางที่ 16 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference	Sig.
ด้านกระบวนการ (ต่อ)	รับจ้างทั่วไป	นักเรียน นักศึกษา	-.073	.495
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.151	.097
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	-.529*	.000
		เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ	-.415*	.000

จากตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพรายคู่ด้วยวิธีการ LSD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระมีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ และรับจ้างทั่วไป

ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างทั่วไป

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ และเจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ

ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษามีความแตกต่างรายคู่กับกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ และเจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ

**สมมติฐานที่ 5** ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

$H_0$  : ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน



ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้วิธี F-Test

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )						F	Sig
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	4.10	4.08	4.10	4.30	4.44	3.882	.002*
2. ด้านราคา	3.72	4.07	3.93	4.30	3.97	4.75	9.585	.000*
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.01	4.40	4.64	4.62	4.72	4.63	6.705	.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.46	2.52	2.92	2.59	3.30	3.76	6.507	.000*
5. ด้านบุคลากร	4.15	4.64	4.41	4.63	4.57	4.87	7.860	.000*
6. ด้านกระบวนการ	4.01	4.27	4.18	4.18	4.43	4.58	3.210	.007*
7. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.05	4.30	4.43	4.45	3.97	4.64	3.901	.002*
เฉลี่ยรวม	3.74	4.04	4.09	4.13	4.18	4.52	9.477	.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่า Sig เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 จึงทำให้ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังนี้



ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.298*	.002
		20,001-30,000 บาท	-.277*	.003
		30,001-40,000 บาท	-.291*	.042
		40,001-50,000 บาท	-.496*	.043
		50,001 บาทขึ้นไป	-.631*	.000
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.298*	.002
		20,001-30,000 บาท	.021	.752
		30,001-40,000 บาท	.006	.959
		40,001-50,000 บาท	-.198	.399
		50,001 บาทขึ้นไป	-.333*	.022
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.277*	.003
		10,001-20,000 บาท	-.021	.752
		30,001-40,000 บาท	-.014	.910
		40,001-50,000 บาท	-.219	.351
		50,001 บาทขึ้นไป	-.354*	.014
	30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.291*	.042
		10,001-20,000 บาท	-.006	.959
		20,001-30,000 บาท	.014	.910
		40,001-50,000 บาท	-.204	.429
		50,001 บาทขึ้นไป	-.340	.060
40,001-50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.496*	.043	
	10,001-20,000 บาท	.198	.399	
	20,001-30,000 บาท	.219	.351	
	30,001-40,000 บาท	.204	.429	
	50,001 บาทขึ้นไป	-.135	.613	

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.631*	.000
		10,001-20,000 บาท	.333*	.022
		20,001-30,000 บาท	.354*	.014
		30,001-40,000 บาท	.340	.060
		40,001-50,000 บาท	.135	.613
ด้านราคา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.346*	.000
		20,001-30,000 บาท	-.214*	.029
		30,001-40,000 บาท	-.575*	.000
		40,001-50,000 บาท	-.246	.335
		50,001 บาทขึ้นไป	-1.032*	.000
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.346*	.000
		20,001-30,000 บาท	.132	.055
		30,001-40,000 บาท	-.229	.085
		40,001-50,000 บาท	.100	.682
		50,001 บาทขึ้นไป	-.686*	.000
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.214*	.029
		10,001-20,000 บาท	-.132	.055
		30,001-40,000 บาท	-.361*	.006
		40,001-50,000 บาท	-.032	.896
		50,001 บาทขึ้นไป	-.818*	.000
	30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.575*	.000
		10,001-20,000 บาท	.229	.085
		20,001-30,000 บาท	.361*	.006
		40,001-50,000 บาท	.329	.223
		50,001 บาทขึ้นไป	-.457*	.016



ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านราคา (ต่อ)	40,001-50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.246	.335
		10,001-20,000 บาท	-.100	.682
		20,001-30,000 บาท	.032	.896
		30,001-40,000 บาท	-.329	.223
		50,001 บาทขึ้นไป	-.786*	.005
	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.032*	.000
		10,001-20,000 บาท	.686*	.000
		20,001-30,000 บาท	.818*	.000
		30,001-40,000 บาท	.457*	.016
		40,001-50,000 บาท	.786*	.005
ด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.387*	.001
		20,001-30,000 บาท	-.626*	.000
		30,001-40,000 บาท	-.609*	.001
		40,001-50,000 บาท	-.708*	.020
		50,001 บาทขึ้นไป	-.614*	.002
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.387*	.001
		20,001-30,000 บาท	-.239*	.004
		30,001-40,000 บาท	-.222	.157
		40,001-50,000 บาท	-.321	.270
		50,001 บาทขึ้นไป	-.227	.207
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.626*	.000
		10,001-20,000 บาท	.239*	.004
		30,001-40,000 บาท	.017	.914
		40,001-50,000 บาท	-.082	.777
		50,001 บาทขึ้นไป	.013	.944

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านการจัดจำหน่าย(ต่อ)	30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.609*	.001
		10,001-20,000 บาท	.222	.157
		20,001-30,000 บาท	-.017	.914
		40,001-50,000 บาท	-.099	.757
		50,001 บาทขึ้นไป	-.004	.985
	40,001-50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.708*	.020
		10,001-20,000 บาท	.321	.270
		20,001-30,000 บาท	.082	.777
		30,001-40,000 บาท	.099	.757
		50,001 บาทขึ้นไป	.095	.775
	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.614*	.002
		10,001-20,000 บาท	.227	.207
		20,001-30,000 บาท	-.013	.944
		30,001-40,000 บาท	.004	.985
		40,001-50,000 บาท	-.095	.775
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ต่ำกว่า 10,00 บาท	10,001-20,000 บาท	-.062	.721
		20,001-30,000 บาท	-.454*	.009
		30,001-40,000 บาท	-.129	.626
		40,001-50,000 บาท	-.838	.064
		50,001 บาทขึ้นไป	-1.302*	.000
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.062	.721
		20,001-30,000บาท	-.392*	.001
		30,001-40,000บาท	-.067	.775
		40,001-50,000บาท	-.776	.074
		50,001 บาทขึ้นไป	-1.240*	.000



ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านการส่งเสริม การตลาด (ต่อ)	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.454*	.009
		10,001-20,000บาท	.392*	.001
		30,001-40,000บาท	.325	.164
		40,001-50,000บาท	-.384	.376
		50,001 บาทขึ้นไป	-.849*	.002
	30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.129	.626
		10,001-20,000บาท	.067	.775
		20,001-30,000บาท	-.325	.164
		40,001-50,000บาท	-.709	.138
		50,001 บาทขึ้นไป	-1.173*	.000
	40,001-50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.838	.064
		10,001-20,000บาท	.776	.074
		20,001-30,000บาท	.384	.376
		30,001-40,000บาท	.709	.138
		50,001 บาทขึ้นไป	-.465	.348
	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.302*	.000
		10,001-20,000บาท	1.240*	.000
		20,001-30,000บาท	.849*	.002
		30,001-40,000บาท	1.173*	.000
		40,001-50,000 บาท	.465	.348
ด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.493*	.000
		20,001-30,000 บาท	-.265*	.005
		30,001-40,000 บาท	-.485*	.001
		40,001-50,000 บาท	-.417	.091
		50,001 บาทขึ้นไป	-.721*	.000

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านบุคลากร (ต่อ)	10,001–20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.493*	.000
		20,001–30,000บาท	.229*	.001
		30,001–40,000บาท	.009	.946
		40,001–50,000บาท	.077	.746
		50,001 บาทขึ้นไป	-.227	.120
	20,001–30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.265*	.005
		10,001–20,000บาท	-.229*	.001
		30,001–40,000บาท	-.220	.084
		40,001–50,000บาท	-.152	.521
		50,001 บาทขึ้นไป	-.456*	.002
	30,001–40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.485*	.001
		10,001–20,000 บาท	-.009	.946
		20,001–30,000 บาท	.220	.084
		40,001–50,000 บาท	.068	.794
		50,001 บาทขึ้นไป	-.236	.195
	40,001–50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.417	.091
		10,001–20,000 บาท	-.077	.746
		20,001–30,000 บาท	.152	.521
		30,001–40,000 บาท	-.068	.794
		50,001 บาทขึ้นไป	-.304	.261
	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.721*	.000
		10,001–20,000 บาท	.227	.120
		20,001–30,000 บาท	.456*	.002
		30,001–40,000 บาท	.236	.195
		40,001–50,000 บาท	.304	.261



ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001–20,000 บาท	-.260*	.006
		20,001–30,000 บาท	-.172	.069
		30,001–40,000 บาท	-.174	.227
		40,001–50,000 บาท	-.425	.085
		50,001 บาทขึ้นไป	-.568*	.000
	10,001–20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.260*	.006
		20,001–30,000 บาท	.089	.183
		30,001–40,000 บาท	.086	.501
		40,001–50,000 บาท	-.165	.486
		50,001 บาทขึ้นไป	-.308*	.035
	20,001–30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.172	.069
		10,001–20,000 บาท	-.089	.183
		30,001–40,000 บาท	-.003	.984
		40,001–50,000 บาท	-.253	.284
		50,001 บาทขึ้นไป	-.396*	.007
	30,001–40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.174	.227
		10,001–20,000 บาท	-.086	.501
		20,001–30,000 บาท	.003	.984
		40,001–50,000 บาท	-.251	.336
		50,001 บาทขึ้นไป	-.394*	.031
	40,001–50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.425	.085
		10,001–20,000 บาท	.165	.486
		20,001–30,000 บาท	.253	.284
		30,001–40,000 บาท	.251	.336
		50,001 บาทขึ้นไป	-.143	.596

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านกระบวนการ (ต่อ)	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.568*	.000
		10,001-20,000 บาท	.308*	.035
		20,001-30,000 บาท	.396*	.007
		30,001-40,000 บาท	.394*	.031
		40,001-50,000 บาท	.143	.596
ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.245*	.022
		20,001-30,000 บาท	-.375*	.000
		30,001-40,000 บาท	-.398*	.014
		40,001-50,000 บาท	.087	.752
		50,001 บาทขึ้นไป	-.581*	.001
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.245*	.022
		20,001-30,000 บาท	-.130	.082
		30,001-40,000 บาท	-.153	.288
		40,001-50,000 บาท	.333	.212
		50,001 บาทขึ้นไป	-.336*	.041
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.375*	.000
		10,001-20,000 บาท	.130	.082
		30,001-40,000 บาท	-.023	.873
		40,001-50,000 บาท	.463	.083
		50,001 บาทขึ้นไป	-.206	.209
	30,001-40,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.398*	.014
		10,001-20,000 บาท	.153	.288
		20,001-30,000 บาท	.023	.873
		40,001-50,000 บาท	.486	.098
		50,001 บาทขึ้นไป	-.183	.371



ตารางที่ 18 (ต่อ)

ปัจจัย	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	Mean Difference	Sig.
ด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ (ต่อ)	40,001–50,000 บาท	ต่ำกว่า 10,000 บาท	-.087	.752
		10,001–20,000 บาท	-.333	.212
		20,001–30,000 บาท	-.463	.083
		30,001–40,000 บาท	-.486	.098
		50,001 บาทขึ้นไป	-.669*	.028
	50,001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10,000 บาท	.581*	.001
		10,001–20,000 บาท	.336*	.041
		20,001–30,000 บาท	.206	.209
		30,001–40,000 บาท	.183	.371
		40,001–50,000 บาท	.669*	.028

จากตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายคู่ด้วยวิธีการ LSD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจะมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท รายได้เฉลี่ย 40,001–50,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้รวมต่ำกว่า 10,000 บาทมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้รวมต่ำกว่า 10,000 บาทมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท รายได้เฉลี่ย 40,001–50,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้รวมต่ำกว่า 10,000 บาท มีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้รวมต่ำกว่า 10,000 บาทมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป

ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีรายได้รวม 50,001 บาทขึ้นไปมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเนื่องต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 40,001–50,000 บาท

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยรวมต่ำกว่า 10,000 บาทมีความแตกต่างรายคู่กับรายได้เฉลี่ย 10,001–20,000 บาท รายได้เฉลี่ย 20,001–30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 30,001–40,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป





## บทที่ 5

### บทสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกที่พัก ราคาประหยัดประเภทโฮสเทล และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาวิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 387 คน วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติด้วย ANOVA ด้วยวิธี F-Test และสถิติ Independent Simple T-Test ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26–35 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท

2. ระดับการเลือกที่พักที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ด้านความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และสุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานอัยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ใบนหน้ายิ้มแย้ม รองลงมา พนักงานมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ดี พนักงานมีความรู้ สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน พนักงานสามารถแนะนำและให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี และสุดท้ายพนักงานร่าเริงแจ่มใส สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นกันเอง

3.2 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ รองลงมา มีระบบการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ และสุดท้ายทำเลที่ตั้งของที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลไป-มาสะดวก

3.3 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อากาศปลอดโปร่งถ่ายเทสะดวก รองลงมา มีระบบรักษาความ



ปลอดภัยที่ดี ที่พักมีบริเวณอนุญาตให้สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่แบ่งแยกชัดเจน ความสะอาดถูกสุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และที่พัก และสุดท้ายการจัดการสถานที่พักเป็นส่วน

3.4 ด้านกระบวนการ พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมา ได้รับการดูแลอย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ มีการประสานงานสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน และสุดท้ายมีบริการรถรับ-ส่งสนามบิน

3.5 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสะอาดของที่พัก รองลงมาที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่มีความปลอดภัย มีการออกแบบตัวอาคารและห้องพักไว้อย่างสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกภายในครบ เช่น ทีวี ตู้เย็น อินเทอร์เน็ต และสุดท้ายชื่อเสียงของที่พักเป็นที่รู้จัก

3.6 ด้านราคา พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน รองลงมา ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น อัตราค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสม อัตราค่าบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสม และสุดท้ายราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก

3.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ซึ่งผู้เข้าพักให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน รองลงมา มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน เว็บไซต์ การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต มีส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม และสุดท้ายมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับห้องพัก

## 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วย ANOVA ด้วยวิธี F-Test และสถิติ Independent Simple T-Test สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้เข้าพักที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น (Sig.) เท่ากับ .145 มากกว่า 0.05 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สมมติฐานที่ 2 ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น (Sig.) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ทำให้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้เข้าพักที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น (Sig.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จะสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้เข้าพักที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมมีความแตกต่างกัน เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น (Sig.) เท่ากับ .001 น้อยกว่า 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำหรับด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ผู้เข้าพักที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่าความน่าจะเป็น (Sig.) เท่ากับ .000 น้อยกว่า 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### 5.3 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26–35 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกัน มีระดับการศึกษาต่างกัน มีอาชีพต่างกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาระดับการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านบุคลากรในเรื่องที่เกี่ยวกับพนักงานมีอัธยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ไบหน้าที่ยิ้มแย้ม รองลงมา ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญเกี่ยวกับสามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาการปลอดภัยถ่ายเทสะดวก ด้านกระบวนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของที่พัก ด้านราคาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน จะสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555 : 103) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการสำหรับการบริการจะมีความแตกต่างกันออกไป โดยความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเป็นผลมาจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมทั้งในด้านอารมณ์และร่างกายของผู้ให้บริการ รวมไปถึงความเต็มใจในการให้บริการของผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมโดยรอบที่พักรวมไป ตัวอย่างเช่น โต๊ะ เก้าอี้ สภาพอากาศ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจที่ได้มารับประทานอาหาร สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555 : 128-129) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นการรับรู้ของแต่ละคนต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง เช่นเดียวกับคุณค่าในใจ ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกัน หากนักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือใช้บริการที่พัก สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ หากบริการที่ได้เป็นมาตรฐานที่กล่าวอ้างเสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้และเป็นการสร้างการรับรู้จนกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้าในที่สุดเมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

2. ด้านความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก

2.1 ด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานอัธยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ไบหน้าที่ยิ้มแย้ม รองลงมา พนักงานมีความคล่องตัว



### 5.3 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทลในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เข้าพักที่มีอายุต่างกัน มีระดับการศึกษาต่างกัน มีอาชีพต่างกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการที่พักประเภทโฮสเทล ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาระดับการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตตลาดกระบี่ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านบุคลากรในเรื่องที่เกี่ยวกับพนักงานมีอัธยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ไบหน้าที่ยิ้มแย้ม รองลงมา ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญเกี่ยวกับสามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาการปลอดภัยถ่ายเทสะดวก ด้านกระบวนการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการอย่างรวดเร็ว ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดของที่พัก ด้านราคาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน จะสอดคล้องกับแนวคิดของ คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555 : 103) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการสำหรับการบริการจะมีความแตกต่างกันออกไป โดยความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเป็นผลมาจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมทั้งในด้านอารมณ์และร่างกายของผู้ให้บริการ รวมไปถึงความเต็มใจในการให้บริการของผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมโดยรอบที่พักรวมไป ตัวอย่างเช่น โต๊ะ เก้าอี้ สภาพอากาศ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจที่ได้มารับประทานอาหาร สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555 : 128-129) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นการรับรู้ของแต่ละคนต่อบริการที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวัง เช่นเดียวกับคุณค่าในใจ ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความคาดหวังที่ต่างกัน หากนักท่องเที่ยวต้องตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือใช้บริการที่พัก สิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ หากบริการที่ได้เป็นมาตรฐานที่กล่าวอ้างเสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้และเป็นการสร้างการรับรู้จนกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้าในที่สุดเมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

2. ด้านความพึงพอใจต่อการเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ภายในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก

2.1 ด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานอัธยาศัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ไบหน้าที่ยิ้มแย้ม รองลงมา พนักงานมีความคล่องตัว



ในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ดี พนักงานมีความรู้ สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน พนักงานสามารถแนะนำ และให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี และสุดท้ายพนักงานร่าเริงแจ่มใส สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นกันเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิณี อยู่คง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า ด้านบุคลากร พบว่า โดยรวมในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านพนักงานมีความรู้ความสามารถในการ ให้บริการ สามารถแนะนำและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2.2 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจาก มากไปหาน้อย ได้แก่ สามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ รองลงมา มีระบบการจองห้องพักผ่าน โทรศัพท์ และสุดท้ายทำเลที่ตั้งของที่พัkyอยู่ติดกับถนนใหญ่ไป-มาสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิณี อยู่คง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการจองห้องพักโดยตรงกับทางโรงแรม การจองห้องพักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

2.3 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อาคารปลอดโปร่งถ่ายเทสะดวก รองลงมา มีระบบรักษาความ ปลอดภัยที่ดี ที่พัkyมีบริเวณอนุญาตให้สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่แบ่งแยกชัดเจน ความสะอาดถูก สุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และที่พัky และสุดท้ายการจัดการสถานที่พัkyเป็นสัดส่วน สอดคล้องกับ แนวคิดของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ได้กล่าวว่า ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวัง สำหรับการบริการที่แตกต่างกันไป รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน และ สภาพแวดล้อมตัวอย่างเช่น สภาพอากาศ เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มา รับประทานอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ

2.4 ด้านกระบวนการ พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมาก ไปหาน้อย ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมา ได้รับการดูแลอย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ มีการประสานงานสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน และ สุดท้ายมีบริการรถรับ-ส่งสนามบิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤศนพัชญา บุญช่วย (2557) ได้ศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญบริการรวดเร็ว ขั้นตอนบริการไม่ยุ่งยาก จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ เสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการ เสนอทางเลือกกรณีสามารถใช้บริการได้หลายอย่าง เสนอ ทางเลือกกรณีไม่สามารถใช้บริการได้



2.5 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จะให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสะอาดของที่พัก รองลงมาที่พักรวมอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่มีความปลอดภัย มีการออกแบบอาคารและห้องพักรวมอย่างสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกภายในครบ และสุดท้ายชื่อเสียงของที่พักรวมเป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตมณี นิธิปรีชา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจกรีนแคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของความสะอาดห้องพัก

2.6 ด้านราคา พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับมาก ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน รองลงมา คือ ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น อัตราค่าบริการห้องพักมีความเหมาะสม อัตราค่าบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม และสุดท้ายราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตมณี นิธิปรีชา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจกรีนแคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน ผลการศึกษาพบว่า นิยมจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ [www.agoda.com](http://www.agoda.com) ชำระเงินทางบัตรเครดิต และเหตุผลในการเลือกห้องพัก คือ ราคา

2.7 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน รองลงมา มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต มีส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม และสุดท้ายมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับห้องพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิณี อยู่คง (2555) การวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเข้าพักโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่าโดยรวมในระดับมาก ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาโรงแรมผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา นิตยสาร แผ่นพับ ฯลฯ การประชาสัมพันธ์โรงแรมร่วมกับหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ตามลำดับ

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

##### 1. การนำผลวิจัยไปใช้

จากผลในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจที่พัก ได้ดังนี้

1) ด้านบุคลากร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีอัธยาศัยดี ใบนานยิ้มแย้ม มีความสุภาพกับผู้ที่เข้ามาติดต่อเข้าพัก รองลงมา พนักงานควรมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ดี พนักงานควรมีความรู้ สื่อสารได้เข้าใจชัดเจน พนักงานควรมีความสามารถแนะนำและให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี และพนักงานควรráเร้งแจ่มใส สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นกันเองกับผู้ที่เข้ามาติดต่อเข้าพัก



2) ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรที่จะกำหนดให้ผู้เข้าพักสามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ได้ รองลงมา ควรมีระบบการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ได้ และทำเลที่ตั้งของที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล

3) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรจัดการกำหนดให้อาคารมีความปลอดภัยโปร่งอากาศถ่ายเทสะดวก รองลงมา ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ที่พักราคาประหยัดควรมีบริเวณอนุญาตให้สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่แบ่งแยกชัดเจน ควรมีการรักษาความสะอาดถูกสุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และที่พัก และควรมีการจัดการสถานที่พักเป็นสัดส่วน

4) ด้านกระบวนการ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรให้บริการอย่างรวดเร็วแก่ผู้มาติดต่อหรือผู้เข้ามาติดต่อเข้าพัก รองลงมา ควรให้ความดูแลผู้มาติดต่ออย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ ควรมีการประสานงานสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก ผู้ที่เข้าพักควรได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน และควรมีให้บริการรับ-ส่งสนามบิน

5) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรรักษาความสะอาดของที่พัก รองลงมา ที่พักราคาประหยัดควรมีกลิ่นเหม็นที่น้อยที่สุด ควรมีการออกแบบตัวอาคารและห้องพักไว้อย่างสวยงามมากขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกภายในควรมีครบพร้อมใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง เช่น ทีวี ตู้เย็น อินเทอร์เน็ต และชื่อเสียงของที่พักราคาประหยัดควรมีเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปมากขึ้น

6) ด้านราคา ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรมีการแจ้งราคาห้องพักชัดเจน รองลงมา ราคาห้องพักควรถูกกว่าที่อื่น อัตราค่าบริการห้องพักควรมีความเหมาะสม อัตราค่าบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มควรมีความเหมาะสม และราคาห้องพักควรมีหลายระดับให้เลือกมากกว่าเดิม

7) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน รองลงมา ควรมีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน ควรมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต ควรให้ส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่มหรือการจัดโปรโมชั่นให้ส่วนลดร่วมกับร้านอาหารบริเวณใกล้เคียง และควรมีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับเข้าพักในครั้งต่อไป

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมเลือกพักที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล จำนวนมาก เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงในด้านคุณภาพและการบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความประทับใจ และดึงดูดให้กลับมาใช้บริการอีกในอนาคต นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ธุรกิจแล้ว ยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนท้องถิ่นและประเทศอีกด้วย



2) ควรทำการศึกษาความคาดหวังก่อนและหลังการใช้บริการที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาการบริการให้ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอย่างตรงจุด

3) ควรทำการวิจัยเพิ่มเติม โดยการศึกษาเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจที่พัก ภายในพื้นที่เพื่อหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน





### บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557) ข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.ทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวปี 2557 [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://marketingdatabase.tat.or.th/> (12 กรกฎาคม 2559)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558) รายงานประจำปี 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://thai.tourismthailand.org> (18 สิงหาคม 2559)
- กฎกระทรวง (2559) เรื่องกำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2559
- กฤษณพัชญ์ บุญช่วย. (2557) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมในกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา 152, 6 (2), 1-2.
- กฤษณา มณีเทศ. (2554) พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกีฬาเทศบาลนคร เชียงใหม่&เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554) การวิเคราะห์สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จิตมณี นิธิปริษา. (2558) โครงการจัดตั้งธุรกิจรินแคปซูลโฮสเทลเพื่อรักษาวิถีชุมชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2553) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. (2557) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2553) การตลาดบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2554) การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เฟิร์นข้าหลวง פריןตั้งแอนด์พัลลิจซิ่ง.
- พยัต วุฒิมรงค์. (2557) การจัดการนวัตกรรมการทรัพยากรองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พวงผกา วรรณะปกรณ์. (2556) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในบริการของกองนโยบาย และแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- วันชัย แก้วศิริโกมล. (2550) ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการงานเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- วุฒิ สุขเจริญ. (2555) **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2552) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** พิมพ์ครั้งที่ 5. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555) **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : ท้อป
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554) **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
- “โอลด์ ทาวน์ โฮสเทล” (14 มกราคม 2559) **ผู้จัดการรายวัน**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.manager.co.th/> (14 ตุลาคม 2559)
- Campos, D. F., & Marodin, T. G. (2012) **Perceptions of Quality and Expectations of Hotel Services**. *Journal of Operations Supply Chain Management*, 5(1),82-99
- Omanukwue, E. (2011) **Perception of Service Quality in Boutique Hotel Le Six Paris**. 58-61
- Kotler, P., Keller, K.L. (2012) **Marketing Management (14th ed.)** Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.





ณ

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักราคาประหยัด ประเภทโฮสเทล**  
**ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study) เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จึงใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน กรุณาตอบข้อมูลตามความเป็นจริง โดยข้อมูลจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์การเลือกที่พักราคาประหยัดประเภทโฮสเทล ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

**1. เพศ**

1) ชาย

2) หญิง

**2. อายุ**

1) ต่ำกว่า 25 ปี

2) 26 – 35 ปี

3) 36 – 45 ปี

4) มากกว่า 45 ปี

**3. ระดับการศึกษา**

1) ประถมศึกษา

2) มัธยมต้น / ปวช

3) มัธยมปลาย / ปวส.

4) ปริญญาตรี

5) ปริญญาโท

6) สูงกว่าปริญญาโท

**4. อาชีพ**

1) นักเรียน / นักศึกษา

2) พนักงานบริษัทเอกชน

3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ

4) เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ

5) รับจ้างทั่วไป

6) เกษตรกร

7) แม่บ้าน/พ่อบ้าน

7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....





## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
1. มีการทำบัตรสมาชิกเพื่อให้เป็นส่วนลดสำหรับห้องพัก					
2. มีส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม					
3. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นป้ายโฆษณาริมทางเป็นระยะให้เห็นชัดเจน					
4. มีการจ้างชาวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุชุมชน เว็บไซต์					
5. การจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต					
<b>ด้านบุคลากร</b>					
1. พนักงานอภัยคัยดี อ่อนน้อม สุภาพ ใบหน้ายิ้มแย้ม					
2. พนักงานร่าเริงแจ่มใส สามารถพูดคุยได้อย่างเป็นกันเอง					
3. พนักงานมีความรู้ สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจน					
4. พนักงานสามารถแนะนำและให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี					
5. พนักงานมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานและเอาใจใส่ดี					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว					
2. มีบริการรถรับ-ส่งสนามบิน					
3. มีการประสานงานสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก					
4. ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน					
5. ได้รับการดูแลอย่างดีจากพนักงานที่ให้บริการ					
<b>ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
1. อากาศปลอดโปร่งถ่ายเทสะดวก					
2. ความสะอาดถูกสุขอนามัย เช่น ร้านอาหาร และภายในบริเวณที่พัก					
3. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					
4. การจัดการสถานที่พักเป็นสัดส่วน					
5. ที่พักมีบริเวณอนุญาตให้สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่แบ่งแยกชัดเจน					



ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวฉัฐสุรีย์ พรหมศิริ
วัน เดือน ปีเกิด	6 พฤษภาคม 2534
ที่อยู่ปัจจุบัน	75 ซอยลาดกระบัง 13 ถนนลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2553 - 2556 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2557 - 2559 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัท เอส.เอส.เค.เทค จำกัด
พ.ศ.2559 - ปัจจุบัน	ธุรกิจส่วนตัว